

# **Forsvars- eller krigsindustri?**

## Tolkningsrammer om norsk våpenindustri

Benedikte Birkeland Salvesen



Masteroppgave i medievitenskap  
Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

1. desember 2013



# **Forsvars- eller krigsindustri?**

Tolkningsrammer om norsk våpenindustri

Av: Benedikte Birkeland Salvesen

Masteroppgave i medievitenskap  
Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

Desember 2013

© Benedikte Birkeland Salvesen

2013

Forsvars- eller krigsindustri?

Tolkningsrammer om norsk våpenindustri

Benedikte Birkeland Salvesen

<http://www.duo.uio.no>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

# Sammendrag

Norge hadde i 2010 femte plass på listen over de landene som eksporterer mest våpen per capita i verden. Samtidig har Norge et internasjonalt renommé som fredsnasjon. Denne oppgaven kartlegger hvilke argumenter våpenindustrien og fredsaktivister bruker når de omtaler norsk våpenindustri- og eksport i et utvalg norske papiraviser. Utvalget består av Aftenposten, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Ny Tid, Oppland Arbeiderblad og Laagendalsposten. I oppgavens analyse er våpenindustrien representert ved bedriftene Nammo og Kongsberg Gruppen. De frivillige organisasjonene Changemaker og Norges Fredslag representerer fredsaktivistene. Både industrien og aktivistene sees på som strategiske aktører som jobber for å få gjennomslag for sin virkelighetsforståelse i mediene og hos politikere.

Aktørene har ulike synspunkter: Industrien forfekter seg selv som et industrieventyr som følger verdens strengeste eksportlov, og som bidrar til en sikrere fremtid for Norge og våre allierte. Aktivistene på sin side, argumenterer for at våpenindustrien er uansvarlig ved at de utnytter lovverkets gråsoner og profitterer på krig. Det er industriens argumenter som oppnår størst politisk gehør, og dominerer dermed også den rådende politiske diskurs. Grunnen til det virker å være at våpenindustri- og eksport fungerer som et politisk og økonomisk virkemiddel, som gjør seg gjeldende som en slags «utenrikspolitisk kapital», i et globalt forsvars- og sikkerhetspolitisk aspekt.

# Abstract

Norway was in 2010 the fifth largest arms-exporting nation per capita in the world. At the same time Norway has an international reputation as a nation of peace. This thesis aims to shed light on the arguments the industry and peace activists use in the news coverage of Norwegian arms industry in a variety of Norwegian newspapers (Aftenposten, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Ny Tid, Oppland Arbeiderblad og Laagendalsposten). The arms industry is represented by Nammo and Kongsberg Gruppen. The Norwegian peace association and Changemaker represent the peace activists. Both the industry and the activists are strategic actors who work to gain support for their understanding of reality by the media and among politicians.

The actor's advocate different viewpoints: The industry addresses itself as an industrial fairytale providing jobs and landing vast international contracts – which adhere to the strictest export regulations in the world – as well as contributing to a more secure future for Norway and its allies. The activists, on the other side, argue that the industry is irresponsible in that they exploit gray areas in the law, and profit on war. It is the industry's arguments that dominate the current political discourse. The reason seems to be that the arms industry and its export, functions as a political and economic tool, which manifests itself as a “currency for foreign policy” in a global defense- and security political aspect.

# Forord

Denne oppgaven er blitt til gjennom det som oppleves som en spennende, men tidvis lang og krevende prosess. Heldigvis er det mange som har bidratt med støtte underveis.

Først, takk til min veileder Professor Øyvind Ihlen (V2012, V2013, H2013) for konstruktive tilbakemeldinger.

Tusen takk til Kommunikasjonsforeningen for tildeling av masterstipend.

Jeg ønsker også å takke informantene som stilte opp til intervju. Takk til Kyrre Lohne og Ragnhild Nilsen fra Kongsberg Defence System. Takk til Sissel Solum fra Nammo. Takk til Alexander Harang fra Norges Fredslag. Takk til Ingrid Aas Borge fra Changemaker. Dere har gitt meg uvurderlig innsikt i tematikken.

Stor takk til Ole Kristian H. Heiseldal for grundig korrekturlesing.

Jeg vil også takke mine fantastiske medstudenter på IMK: Anja, Helene, Ole Gunnar og Helge. Dere har gjort lange dager på skrivesalen så mye bedre! Tusen takk til gode venner og familie som har vist interesse og oppmuntret meg – storesøster Agnethe i særdeleshett!

Til slutt, hjertelig takk til Håkon for all støtte.

Benedikte Birkeland Salvesen

Oslo, desember 2013





# Innholdsfortegnelse

Sammendrag	V
Abstract	VI
Forord	VII
Innholdsfortegnelse	IX, X

<b>1</b>	<b>Introduksjon .....</b>	<b>1</b>
1.1	Bakgrunn: Norge som fredsnasjon og våpeneksportør .....	1
1.2	Problemstilling og oppgavens hensikt.....	3
1.3	Oppgavens oppbygning.....	5
1.4	Aktørene .....	6
<b>2</b>	<b>Teoretiske perspektiver .....</b>	<b>8</b>
2.1	Tolkningsrammer .....	8
2.2	Rammens nivåer .....	12
2.3	Kulturell kontekst .....	15
2.4	Rammekonkurranse.....	17
2.5	Analysemodell.....	19
<b>3</b>	<b>Metodiske tilnærminger .....</b>	<b>23</b>
3.1	Metodisk design .....	23
3.2	Analyseprosedyre .....	25
3.3	Kvalitativt forskningsintervju .....	30
3.4	Oppgavens kvalitet: Reliabilitet, validitet og generalisering .....	33
<b>4</b>	<b>Tolkningsrammer om norsk våpenindustri.....</b>	<b>40</b>
4.1	Norsk forsvarsindustri er et industrieventyr .....	41
4.2	Norsk forsvarsindustri har verdens strengeste regelverk .....	49
4.3	Norsk forsvarsindustri bidrar til en sikrere fremtid.....	54
4.4	Konkurrerende perspektiv: Norsk krigsindustri er uansvarlig .....	60

<b>5</b>	<b>Politisk gehør .....</b>	<b>68</b>
5.1	Eventyr, juss og forsvar.....	69
5.2	Uansvarlighet .....	76
<b>6</b>	<b>Diskusjon og konklusjon.....</b>	<b>81</b>
6.1	Pressen som ideologisk våpen.....	81
6.2	Bukken til havresekken .....	85
6.3	Våpen til forsvar – eller krig? .....	88
6.4	Utenrikspolitisk valuta .....	93
6.5	Konklusjon .....	94
	<b>Litteraturliste.....</b>	<b>99</b>
	Rapporter .....	104
	Stortingsmeldinger .....	104
	Artikler .....	105
	<b>Vedlegg .....</b>	<b>107</b>

# 1 Introduksjon

At statseide bedrifter produserer og utvikler våpen og ammunisjon i stadig større omfang, og som i hovedsak eksporteres ut av landet, sees på som problematisk av fredsaktivister som mener kontrollen av hvor våpnene ender opp, ikke er tilstrekkelig. Dette fører til en polarisert omtale av norsk våpenindustri, som forsterkes fordi Norge samtidig er en velrennomert fredsnasjon (Thune og Lunde 2013). Våpenindustrien, som de fleste andre samfunnsområder, har ulike aktører som representerer forskjellige standpunkter, og konkurrerer om å få gjennomslag for sine perspektiver, forståelser og synspunkter i omtale i media. Hvilke perspektiver som når gjennom i denne omtalen, kan sees som et resultat av forhandlinger mellom samfunnsaktører og journalister (Gamson og Modigliani 1989, de Vreese 2005). I forlengelsen av dette må aktørene – for eksempel produsenter av forsvarsmateriell som ønsker gjennomslag for sin forståelse i media – også forholde seg til konkurrerende aktører. Som for eksempel fredsaktivister som har motstridende perspektiver, forståelser og synspunkter. Disse kan forstås som strategiske aktører med bestemte forståelser av virkeligheten de ønsker å få gjennomslag for i media, blant annet for å oppnå politisk gehør.

## 1.1 Bakgrunn: Norge som fredsnasjon og våpeneksportør

Historisk har Norge flere ganger påtatt seg rollen med å forsøke å etablere forsoning i konfliktrammede områder. Et eksempel på dette er «Oslo-avtalen». Mer inngående er Oslo-avtalen, eller Oslo-avtalene, to avtaler som ble inngått i 1993 og 1995 mellom Israel og PLO (Palestine Liberation Organization) etter hemmelige drøftinger gjennom den såkalte Oslo-kanalen<sup>1</sup>. Et annet eksempel på Norges internasjonale posisjon som fredsnasjon er viktige stillinger sentrale nordmenn har hatt i FN-systemet. Trygve Lie var den første generalsekretæren i FN. Jens Stoltenberg, Gro Harlem Brundtland, Jan Egeland, Kai Eide og Thorvald Stoltenberg er flere eksempler på norsk tilstedeværelse og innsats for en fredeligere verden<sup>2</sup>. Norge er også valgt inn som medlem av FNs menneskerettighetsråd, som er FNs øverste organ i menneskerettighetsspørsmål<sup>3</sup>. I tillegg deles den prestisjefulle Nobels fredspris ut i Oslo av den uavhengige norske Nobelkomité<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Store norske leksikon (2013) lest 22.5.2013

<sup>2</sup> <http://bit.ly/1aOGNsO> lest 22.5.2013

<sup>3</sup> <http://bit.ly/17P3eh9> lest 22.5.2013

<sup>4</sup> Store norske leksikon (2013) lest 22.5.2013

I 2010 var Norge den femte mest våpeneksporterende nasjonen per capita på SIPRIs (Stockholm International Peace Research Institute) liste over de mest våpeneksporterende landene i verden<sup>5</sup>. De 124 norske bedriftene som regnes som forsvarsbedrifter i Norge, omsatte i 2011 våpen, ammunisjon og annet krigsmateriell for totalt 13,1 milliarder kroner i Norge og utlandet (Tvetbråten 2012, s.10). «I 2011 var den samlede verdien av eksporten av varer, tjenester, overføringer av produksjonsrettigheter, formidling mellom to tredjeland og flerbruksvarer til militær sluttbruk, i underkant av 3,9 milliarder kroner» (St.meld. nr. 8 [2012-2013] s. 8). Samme år sysselsatte forsvarsbedriftene 4500 årsverk i forsvarsrelatert virksomhet (Tvetbråten 2012, s.10).

De største våpenprodusentene og eksportørene i Norge er Kongsberg Defence Systems og Kongsberg Protect Systems, som begge tilhører Kongsberg Gruppen, og Nammo på Raufoss (Lie og Mikalsen 2012, s. 9). Disse representerer derfor industrien i denne oppgaven. Så godt som all forsvarsrelatert eksport fra Norge, stammer fra de største bedriftene (Tvetbråten 2012, s. 16).

Staten eier halvparten av Nammo og 50,001 prosent av Kongsberg Gruppen (Statens Eierskapsberetning 2012, s. 56-57). At bedriftene er statlig eid, setter sitt preg på dem. Staten er i utgangspunktet ikke en profitthungrig aktør. Med profitthungrig menes at staten selvsagt har et profittønske, men at det også foreligger andre føringer for statlig foretak. Disse kommer blant annet frem i stortingsmelding nummer ti, som handler om `Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi`. Der står det: «Bedrifter med statlig eierskap skal være ledende i å ta samfunnsansvar. Staten skal bidra til dette gjennom aktiv eierskapsutøvelse» (St.meld.nr. 10, [2008-2009] s. 10). I stortingsmeldingen kommer det frem at staten mener «samfunnsansvar handler om bedriftens aktiviteter som går utover å oppfylle krav som er fastlagt i nasjonalt lovverk» (St.meld.nr.10, [2008-2009] s. 7). Regjeringen legger til grunn en forståelse av samfunnsansvar som innebærer at bedrifter «*integrerer sosiale og miljømessige hensyn i sin daglige drift og i forhold til sine interessenter. Samfunnsansvar innebærer hva bedriftene gjør på en frivillig basis utover å overholde eksisterende lover og regler i det landet man opererer*» (St.meld.nr.10, [2008-2009] s. 7). Som en følge, har de statlig eide våpenfabrikkene, andre føringer enn ikke-statlige foretak. I forlengelsen av forholdet mellom myndigheter, industri og forsvar, snakkes det noen ganger om det *militærindustrielle kompleks*. Komplekset består av maktapparatet som omfatter forsvaret, sentrale myndighetsrepresentanter og forsvarsindustrien. Dette *jerntriangelet* kan opptre med en annen

---

<sup>5</sup><http://bit.ly/y9HBgw> , lest 14.8.2013

rasjonalitet som ikke nødvendigvis er sammenfallende med samfunnet. Den amerikanske presidenten Dwight David Eisenhower advarte i sin avskjedstale mot den mektige alliansen (Eisenhower 1961). Det opprinnelig *militærindustrielle kompleks* Eisenhower adresserte, kan defineres som USAs forsvarsdepartement, Pentagon, rustningsindustrien, forsknings- og utredningsinstitutter og konsulentfirmaer som direkte eller indirekte er finansiert av militærbudsjetter (Noreng 2007, s. 69). Mens industrien (Nammo og Kongsberg Gruppen), som en del av det militærindustrielle kompleks i Norge, styrker og videreutvikler det de omtaler som en forsvarsindustri som produserer forsvarsmateriell, snakker fredsaktivistene (representert av Changemaker og Norges Fredslag), om en krigsindustri som produserer krigsmateriell og profitterer på krig.

## 1.2 Problemstilling og oppgavens hensikt

Ihlen (2007) hevder det gjerne er et mål for virksomheter at omgivelsene skal ikke anerkjennende til virksomhetenes fremstilling av sine saksforhold, og tenke at slik som virksomheten fremstiller forhold, «slik *er* verden» (s. 9). «[...] strategisk bruk av språk er ledd i en kamp om symbolsk makt der aktører vil definere problemer og angi løsninger som kan påvirke politikken på det aktuelle området. Aktørene forsøker å overbevise eller overtale om at akkurat deres standpunkt er det beste» (Ihlen 2001, s. 304). Når aktører forsøker å oppnå dette guides de av *rammer*, og tar bevisste, eller ubevisste, bestemmelser om hva de skal si.

I denne offentlige defineringskampen er det media som fører an hva som skal være viktig og uviktig, hvor søkelyset settes og oppmerksomheten rettes (Eide og Hernes 1987, s.60). «Offentlig legitimering er trolig massemedias viktigste mekanisme for institusjonell makt» (Eide og Hernes 1987, s.60) og derfor kan massemedia sees på som en kampsone for legitimitet. En arena der rivaliserende aktører, enten det er institusjonelle eliter, pressgrupper eller politiske aktører, kjemper om troverdighet. «Legitimitet betyr at maktbruken er rettmessig, på grunnlag av et prinsipp – for eksempel enighet – som både den styrende og de styrte aksepterer» (Østerud 2007, s. 34). I denne sammenhengen betyr det at befolkningen aksepterer våpenindustriens virksomhet, og industrien har fått sin lisens til å operere gjennom regjering og Storting.

Motsetningen i omtalen av våpenindustrien som aktørene fremmer, gjør det interessant å kartlegge hva slags argumenter og forståelser som ligger til rette for denne debatten, og

hvilke av aktørene som får mest støtte for sine forståelser av sentrale politikere i dette komplekse samfunnsspørsmålet. Med bakgrunn i dette har jeg formulert følgende problemstilling:

Hvilke tolkningsrammer bruker Nammo og Kongsberg Gruppen i omtale av norsk våpenindustri i norske aviser? Hvilke konkurrerende tolkningsrammer lanserer Norges Fredslag og Changemaker i omtale av norsk våpenindustri i norske aviser? I hvilken grad oppnår disse tolkningsrammene politisk gehør?

Som problemstillingen indikerer, er begrepet tolkningsrammer utgangspunktet for denne oppgaven. Jeg bruker begrepet som en del av problemstillingen fordi det byr på muligheten til å gi en forståelse av hvordan våpenindustrien og fredsaktivister kommuniserer sine spesifikke budskap, ofte på bekostning av andre tolkninger. For å besvare problemstillingen gjør jeg en kvalitativ innholdsanalyse, hvor datamateriale hentes fra pressedekning av Nammo og Kongsberg Gruppen, Changemaker og Norges Fredslag de siste tre årene i Aftenposten, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Ny Tid og hver av bedriftenes lokalavis, henholdsvis Oppland Arbeiderblad og Laagendalsposten. Jeg gjennomfører også fire kvalitative eliteintervjuer med nøkkelinformanter.

Problemstillingens siste spørsmål adresserer graden av politisk gehør aktørenes tolkningsrammer oppnår. Det besvares ved å analysere hvilke tolkningsrammer myndighetsrepresentanter og politikere bruker i datamaterialet, sammen med informasjon formidlet av informantene under intervjuene. I tillegg analyseres et lite utvalg artikler fra Forsvarsdepartementets nettsider i samme treårsperiode som det øvrige datamaterialet. Det essensielle er å utpeke hvem av aktørene i rammekonkurransen som oppnår størst politisk gjenbruk av sin tolkningsramme. Politikk knyttes til beslutninger. Det handler om påvirkning, eller forsøk på påvirkning av de beslutningene som treffes (Østerud 2007, s. 34). Gehør er et uttrykk kjent fra musikkteori som sier noe om evnen en har til å oppfatte musikalske forhold og strukturer, og gjengi dem<sup>6</sup>. I denne oppgaven er det politikernes evne til å oppfatte våpenindustriens og fredsaktivistenes argumenter, og gjenskape dem som er i fokus. Det er interessant fordi politikk angår maktforhold, og handler om hvilke interesser som slår igjennom, og hvilke konsekvenser politiske vedtak i den forbindelse legger føringer for ressursfordelingen og styrkeforhold mellom samfunnsgruppene (Østerud 2007, s. 34).

---

<sup>6</sup> Store norske leksikon (2013), lest 29.9.2013

Det pågår en kompleks rammekonkurranse jeg synes det er nyttig å belyse kommunikasjonsmessig, på bakgrunn av at den er interesse- og ideologipreget, samtidig som den formes av nærings- og økonomiske hensyn, så vel som utenrikspolitiske strategiske vendinger. Hvilke tolkningsrammer avislesere, politikere og befolkningen generelt utsettes for fra ulike strategiske aktører – og hvordan de strategiske aktørene får gehør for sin virkelighetsforståelse – mener jeg skaper dypere forståelse av utøvelsen av mediemakt og kommunikasjon i sentrale samfunnsspørsmål.

## **1.3 Oppgavens oppbygning**

Etter et innledende kapittel, kapittel 1, følger en gjennomgang av de teoretiske perspektivene som ligger til grunn for oppgaven, i kapittel 2. Det andre kapittelet redegjør for oppgavens sentrale element, tolkningsrammer. Det pekes på tolkningsrammens ulike nivåer og nivået som fokuseres på i denne oppgaven. Rammenes plass i den kulturelle konteksten utdypes, og deretter forklares begrepet rammekonkurranse. Kapittel 2 avsluttes med innføring i analysemodellen som brukes i oppgaven.

Kapittel 3 er oppgavens metodekapittel. Kapittelet starter med en gjennomgang av oppgavens metoddesign, før en innføring i den kvalitative innholdsanalyseprosedyren gjennomgås. Her inngår også en beskrivelse av datamateriale som ble brukt i innholdsanalysen. Kvalitativt forskningsintervju gjennomgås og intervjuobjektene presenteres. Kapittelet avsluttes med kritikk metoden ofte blir utsatt for, samt en gjennomgang av kvalitetskravene til forskningen i form av de metodiske utfordringene knyttet til reliabilitet, validitet og generalisering, både generelt, og for denne oppgaven spesielt.

I kapittel 4 presenteres funnene i innholdsanalysen opp i mot problemstillingen. Tolkningsrammene som ble identifisert i analysen, blir eksemplifisert gjennom sitater fra artikler, og støttet opp med funn og forklaringer fra intervjuene. Tolkningsrammene oppsummeres til slutt i egne tabeller.

Kapittel 5 besvarer siste del av problemstillingen, også denne av kvalitativ art. Her stadfestes det – ved hjelp av eksempler fra datamaterialet, intervjuene og kommunikasjon fra Forsvarsdepartementets nettside – hvem som med sine rammer lykkes i å oppnå politisk gehør for sine tolkningsrammer og på den måten være med å forme den rådende politiske diskursen om norsk våpenindustri.

I oppgavens sjette og siste kapittel lanseres og diskuteres ideer omkring hvorfor den gjeldende samfunnsdiskursen i norsk våpeneksport tilsynelatende opprettholdes. Endelig

konkluderes oppgavens svar på problemstillingen, og i forlengelsen reflekteres det over metodiske valg. Helt til slutt pekes det på hvordan denne oppgaven kan bidra til potensielle videre studier og forskning.

## 1.4 Aktørene

Ettersom det finnes flere ulike aktører både på produksjon og aktivistsiden, har det vært nødvendig å foreta et valg av representanter å fokusere på. Jeg har valgt å fokusere på de to største aktørene i norsk våpenindustri, *Kongsberg Gruppen* og *Nammo* (Lie og Mikalsen 2012, s. 9). Innledende research viste at de to fredsorganisasjonene som uttalte seg hyppigst i forbindelse med omtale av norsk våpenindustri var *Changemaker* og *Norges Fredslag*, derfor fokuserer jeg på dem som representanter for fredsaktivistsiden. Aktørene er valgt med det formål å danne et dynamisk bilde av argumentasjonen som foreligger på feltet. Under følger en kort presentasjon av aktørene:



I år 2009 var *Kongsberg Gruppen* (KOG) på plass 77 over de 100 største våpenprodusentene i verden<sup>7</sup>. Kongsberg er: « [...] et internasjonalt teknologikonsern som leverer avanserte og pålitelige teknologiske **KONGSBERG** løsninger som bidrar til sikkerhet, trygghet og effektivitet i komplekse operasjoner og under ekstreme forhold» (Kongsberg Gruppens årsrapport 2012, s. 2). Per 31. desember 2012 hadde Kongsberg Gruppen til sammen 7259 ansatte i 25 land i verden (Kongsberg Årsrapport 2012, s. 17). Nærings og Handelsdepartementet eier 50,001 prosent av aksjene i Kongsberg Gruppen ASA. Kongsberg Defence Systems, en av Gruppens fire divisjoner, utvikler løsninger i samarbeid med det norske forsvaret og leverer systemer for kommando- og våpenkontroll, våpenstyring og overvåkning, kommunikasjonsløsninger og missiler (Kongsberg Gruppens årsrapport 2012, s. 34).



*Nammo* (Nordic Ammunition Company) er en internasjonal våpen- og ammunisjonsprodusent som har sitt hovedkontor på Raufoss. «Nammo utvikler, produserer og selger militær- og sportsammunisjon, skulderfyrte våpensystemer, rakettmotorer til militær formål og romfartsproduksjon og er en ledende leverandør av globale tjenester for miljøvennlig demilitarisering» (Nammo årsrapport 2012, s. 3). Siden starten i 1998 har Nammos strategi vært «å utvikle et bredt spekter av våpentekniske produkter og

<sup>7</sup> <http://bit.ly/1aSML9r> lest 14.8.2013



tjenester ved å fokusere på høyteknologi og nisjeteknologier. Nammo har produksjonsselskaper i Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Sveits og USA og salgskontorer i Canada og Australia» (Nammo årsrapport 2012, s. 3). Sommeren 2000 ble Raufoss ASAs aksjepost overdratt til staten ved Nærings- og Handelsdepartementet. Celsius AB trakk seg ut av Nammo AS og solgte sin andel til Finske Patria og Nærings og Handelsdepartementet, som ble sittende med 50 prosent eierandel hver (Eger 2009, s. 283-284).



*Norges Fredslag*, også kalt Fredslaget, jobber for å skape fred ved å utvikle fredskultur, begrense voldsmakt og arbeide med ikke-voldelig håndtering av konflikter lokalt, nasjonalt og internasjonalt. Fredslaget er politisk- og livssynsmessig uavhengig, og forsøker å sette fredssaken inn i en større miljø- og samfunnsmessig sammenheng. Fredslaget arbeider med konflikthåndtering, menneskerettigheter og folkerett. Organisasjonen har en egen gruppe som jobber med våpenhandel. Våpenhandelsgruppen i Norges Fredslag har høy ekspertise, og betydelig erfaring med monitorering av norsk krigsmaterielleksport og kampanjevirkosomhet på feltet<sup>8</sup>.



**CHANGEMAKER** jobber for å påvirke dem til å gjøre det. Ukontrollert våpenflyt, voldsmakt, krig og terror hindrer utvikling. Det opprettholder den skjeve fordelingen av verdens makt og ressurser, og gjør det vanskeligere å skape en trygg og rettferdig verden. Changemaker jobber for en fredssituasjon som innebærer demokrati, rettferdighet, bærekraftig utvikling og respekt for menneskerettighetene<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> <http://fredslaget.no/>, lest 20.7.2013

<sup>9</sup> <http://changemaker.no/>, lest 29.7.2013

## 2 Teoretiske perspektiver

Strategiske aktører har bestemte forståelser av virkeligheten. Den forståelsen ønsker de å få gjennomslag for, blant annet i media. Hensikten med det kan være å skape aksept for sin virksomhet, aktivitet og tilstedeværelse ovenfor den generelle befolkning, så vel som politikere. «Kampen om den symbolske makten finner sted i en offentlighet der mediene er en bærebjelke» (Ihlen 2001, s. 304).

I dette kapittelet redegjøres det i hovedsak for teori omkring tolkningsrammer og rammekonkurranse, ettersom det er perspektivene som utgjør grunnlaget for analysen i denne oppgaven. Redegjørelsens formål er å klargjøre hvordan rammebegrepet generelt forstås, hvordan det brukes spesifikt i analysen i denne oppgaven, samt hvorfor det oppfattes som riktig og relevant for studieobjektet i denne oppgaven. Her pekes også på rammenes betydning sett i en større samfunnsmessig kulturell kontekst. I tillegg belyses tolkningsrammekonkurransen som foregår mellom ulike strategiske aktørers foretrukne rammer og medias generiske rammer.

### 2.1 Tolkningsrammer

Når virksomheter kommuniserer danner de en komponent i offentligheten ved å formulere en mening og en tolkningsramme i den allmenne debatten (Ihlen og Van Ruler 2007). Ofte er slik strategisk kommunikasjon rettet mot én eller flere interessenter eller interessentgrupper. Interessenter defineres her som alle individer og grupper som har avgjørende betydning for en virksomhet, og omvendt, individer og grupper som virksomheten har avgjørende betydning for (Ihlen og Robstad 2004, s. 45). Det kan være kunder, investorer, politikere eller media. I denne oppgaven er det politikere som er av interesse, og media som tjener som kommunikasjonsplattform.

Begrepet «tolkningsrammer» kommer av det engelske ordet «frames» og refereres i det følgende til som *tolkningsrammer* eller bare *rammer*. Tolkningsrammebegrepet spiller på det ordinære ordet *ramme*, som i den dagligdagse frasen bilde- eller vindusramme. Tolkningsrammer defineres på flere måter. Robert M. Entman definerer tolkningsrammer slik: «To frame is to *select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described*» [original kursivering] (Entman 1993, s. 52). Ifølge Entman dreier det seg om utvelgelse og

vektlegging av enkelte aspekter ved en sak og at de blir fremhevet på bekostning av andre. Rammer handler om å definere problemer, diagnostisere årsaker, gjøre moralske vurderinger, og foreslå løsninger (Entman 1993, s. 52).

Rammer brukes blant annet for å konstruere budskap, oftest i nyheter, eller informasjon som er egnet som nyheter (Beyer 2010, s. 163). Tolkingsrammer er blitt brukt, og brukes av ulike forskere og teoretikere med bakgrunn fra forskjellig teoretiske disipliner. For eksempel har forskere som studerer sosiale bevegelser brukt tolkningsrammeanalyse på en rekke omstridte samfunnsspørsmål, inkludert kjernefysisk nedrustning, abort, dødsstraff, barnearbeid og velferd (Creed, Langstraat og Scully 2002).

Gaye Tuchman (1978/1980) og Todd Gitlin (1980) er de som krediteres for først å ha gjennomført studier av medieinnhold ved å bruke rammebegrepet (Ihlen 2007, s. 27). Studiene deres førte oppmerksomheten mot at medienes utgave av virkeligheten må sees som en sosial konstruksjon, og ikke som en passiv gjengivelse av hva som *virkelig skjer*. Deres studier fokuserte på valgene journalister gjør når de viser til saksforhold, knyttet til et større sosiologisk paradigme som beskriver hvordan all oppfatning av virkeligheten er sosialt konstruert (Berger og Luckmann 1966, i Ihlen 2007, s. 27).

Tolkingsrammer er ikke manipulerende, men heller en uunngåelig måte for menneskelige aktører å gjøre fornuft ut av egne erfaringer, og delta i sosial interaksjon (Goffman 1986). Det som er viktig å begripe, er hvordan tolkningsrammene er en sosial konstruksjon som innbyr til noen tolkninger på bekostning av andre. Det er først når en slik sosial konstruksjon tillates å fremstå som den eneste riktige at det kan bli problematisk (Ihlen 2007, s. 10). For medienes del blir det kritisk når journalister opptrer i flokk. Det blir synlig når en samlet presse kollektivt fokuserer på én tolkning av en hendelse, og fremstiller den som den eneste riktige. Eksempler på situasjoner som har etablert seg som «vedtatte sannheter» hos journalister, er for eksempel «Gerd-Liv Valla er en mobber» eller «Thorbjørn Jagland er en udugelig politisk kommunikator» (Ihlen 2007, s.31). Når det blir den generelle oppfatning og andre versjoner ikke slepper til, lar man en tolkningsramme få en for dominerende plass. På den måten hindres konkurrerende tolkningsrammer som kanskje ville inspirere til andre tolkninger og forståelser. Pavlik (2001) mener at gjennom den typen episodiske nyheter bidrar tolkningsrammer til å opprettholde status quo gjennom sjelden å plassere nyhetshendelser og problemstillinger inn i en bredere sammenheng. Nyhetshendelser innrammes innenfor det rådende paradigme av sosial og politisk virkelighet, som forsterker stereotyper, eksisterende politiske agendaer og den rådende diskurs (s. 313). «En diskurs

representerer et tankesett, et mønster eller en sammenheng å fortolke verden innenfor» (Hågvar 2007, s. 20).

Problemet blir da at de spesifikke tolkningsrammene som brukes blir så innbakt i organisatoriske rutiner, tradisjonelle vinkler og byråkratisert kildekontakt at de fremstår som naturlig og derfor kanskje også udiskutable. Dette kan potensielt stride med medienes «vaktbikkje-funksjon».

Entman (1993) argumenterer for å fremme et felles forskningsparadigme innenfor rammeforskningen. Han foreslår en felles og generell forståelse av tolkningsrammebegrepet for å opprette enighet omkring begrepsdefinisjonen på feltet. Ved å forene ideer mener han at kommunikasjon kan bli en disiplin som syntetiserer relaterte teorier og begreper (s. 51). D'Angelo (2002) stiller seg heller kritisk til et slikt felles forskningsparadigme. Han peker for eksempel på mangfoldet innenfor rammeforskningen, og at det har ført til omfattende kunnskap om hvordan rammer fungerer gjennom ikke-fragmenterte og isolerte funn med ulik agenda for forskningen (s. 870-871). Mangfoldet av metodiske og teoretiske tilnærminger som statsvitere, sosiologer og medievitere bringer inn i rammeforskningen, sees på som både en velsignelse og en forbannelse (Hertog & McLeod 2001, s. 140). Med det menes at rammeforskningen potensielt kan ende opp som offer for egen suksess, ved at tolkningsrammebegrepet blir fragmentert. En fordel i medievitenskapelig sammenheng er at metodens mangfoldige egenskaper bidrar til en samling av teorier og metoder fra forskjellige vitenskaper, noe som resulterer i en bredere forståelse av kompliserte kommunikasjonsprosesser (D'Angelo og Kuypers 2010, s. 3). For denne oppgavens vedkommende – hvor målet er å fange kompleksiteten i debatten mellom strategiske aktører og deres grad av gehør hos politikere og i politiske organer – oppfattes det som en klar fordel å bruke et metodisk verktøy som hyppig brukes i samfunns- og medieforskning. Spesielt med bakgrunn i at metoden er levedyktig, tverrfaglig og aktuell.

Generiske, eller generelle tolkningsrammer kan brukes på tvers av analyser og uavhengig av tema. Forskere som bruker generiske rammer jobber systematisk med å lete etter elementer fra de generiske tolkningsrammene i mediedekningen. Dette kan gjøre analysen lettere gjennomførlig, og senere også overførbar til andre studier (Matthes 2009, s. 350). Et sett av slike generiske rammer, er omtalt av Semetko og Valkenburg (2000, s. 95-96). Utgangspunktet i disse rammene er enten *menneskelig interesse*, *konflikt*, *økonomiske konsekvenser*, *moral* eller *ansvarlighet*. «The human interest frame» gir tekstene et menneskelig ansikt og byr på en følelsesmessig vinkling av temaet eller saken. «The Conflict

Frame», peker på en tydelig og rivaliserende konflikt mellom mennesker eller institusjoner. Denne rammen er blitt kritisert fordi den kan overforenkle konflikten, men også at nyheten hovedsakelig peker på at det er en uoverensstemmelse, og ikke hvorfor det er slik. «The economic consequences frame» konsentrerer seg om å fremme de økonomiske konsekvensene av en sak eller hendelse. Disse konsekvensene kan for eksempel gå utover grupper i samfunnet som journalisten velger å vektlegge. «The morality frame» setter saken i kontekst med moralske eller religiøse overbevisninger og verdier. Ettersom journalister har et objektivitetsideal, tar de gjerne i bruk andre aktørers utsagn ved bruk av moralitetsrammen. «The responsibility frame» spiller på at en person eller institusjon er ansvarlig for en hendelse eller et problem (Semetko og Valkenburg 2000, s. 95-96).

Studier som baserer seg på generiske tolkningsrammer blir kritisert for å overse viktige aspekter ved journalistenes tolkninger som en følge av at rammeelementene er bestemt på forhånd. Når tolkningsrammer er knyttet til et spesielt tema eller en spesifikk sak, kan de ikke nødvendigvis overføres til andre studier. Ved heller å kartlegge tematiske rammer, gis det større frihet i analysearbeidet, og forskeren er dermed ikke bundet til et sett generiske rammer med tilhørende elementer. En følge kan være at det gjennom en tematisk analyse kan dukke opp mange interessante funn, som en muligens ikke ville identifisert om en hadde tatt i bruk generiske tolkningsrammer (Borah 2011, s. 255-256).

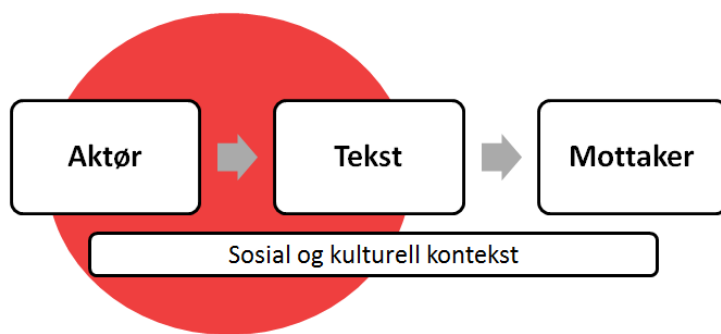
Generiske og tematiske rammer som brukes av journalister, kalles gjerne *medierammer*, ettersom redaksjonelle valg og profesjonelle rutiner skaper en spesiell tolkning av saken tilknyttet det aktuelle mediet (Allern 2001a, s. 68). Det er også mulig at medierammer som enten er generiske eller tematiske, kan komplementere hverandre i samme studie. Semetko og Valkenburg (2000) nevner at generiske rammer for eksempel kan fungere som overordnede generelle tolkningsrammer, der mindre tematiske rammer sees i sammenheng med disse. Van Gorp (2007) foreslår at saksspesifikke tolkningsrammer bør ha en tilknytning til en større og mer abstrakt «master frame» (s. 66-67). Han mener at identifiseringen av rammen må være tilstrekkelig abstrakt for å kunne brukes i andre lignende tilfeller. Det må bevises en viss grad av generalisering, noe en kan oppnå ved å koble rammene til kulturelle fenomener (Van Gorp 2007, s. 72).

Ulike studier har vist at tematiske rammer som i tillegg inkluderer aspekter fra generiske rammer, har større sannsynlighet for å bli tatt i bruk av journalister. Dette blir derfor viktig for aktører som vil påvirke rammene i mediebildet gjennom å gjøre sine medierammer gjeldende (Ihlen og Nitz 2008). Analysen i denne oppgaven tar ikke utgangspunkt i generiske rammer,

men når en spesifikk ramme identifiseres, trekkes det også paralleller til Semetko og Valkenburgs (2000) generiske tolkningsrammer det er nærliggende å tenke at journalistene vektlegger i omtalen.

## 2.2 Rammens nivåer

Entman (1993, s.52) viser til tre nivåer av kommunikasjonsprosesser mellom medier og befolkningen. De tre omtaler han som aktører, tekster og mottakere. I tillegg påvirkes nivåene av sosiale og kulturelle underliggende strukturer. I denne oppgaven er nivåene fra aktører og til tekst i fokus, samt deres påvirkning av sosial og kulturell art. I modellen under illustreres oppgavens fokusområde med rød sirkelmarkeringen. Datamaterialet foreligger på tekstnivået, mens forskningsintervjuene gir informasjon på aktørnivået. Figur 2.1 illustrerer dette.



**Figur 2.1** Modell inspirert av Entman (1993) illustrerer nivåene tolkningsrammene blir formet og revidert på, under stadig påvirkning av den sosiale og kulturelle konteksten.

På *aktørnivået* er det personer eller grupper som kan påvirke hvordan en sak tolkes, gjennom bevisst eller ubevisst å kommunisere et budskap som gir en bestemt tolkning. Disse kan være ulike meningsbærere i en sak, men også journalister som har skapt sin tolkning av en sak eller et fenomen. Forskningsintervjuene med eliteinformanter på aktørnivå i denne oppgaven gir en nær tilnærming til tolkningsrammene ettersom en kommer rett på den opprinnelige tolkningsrammen.

På *tekstnivået* er det oppbygningen av teksten, og hvilke elementer den inkluderer, som er gjeldende for hvordan tolkningsrammen blir seende ut. I nyhetsartikler er det journalister som har gjort valgene for hvordan tolkningene, eller medierammene, i teksten fremstår (Entman 1993, s. 52). Her fremstår de som nyheter. Nyheter har en sentral plass i offentlig debatten.

Enhver baserer sin kunnskap, forståelse og mening på det en leser, hører eller ser (Waldahl 2008). Journalisten er ikke bare en budbringer, men også en fortolker og bygger sin fortolkning på det han eller hun vet om medieorganisasjonens prioriteringer og rutiner (Molotch & Lester 1974). Valgene journalistene tar i forbindelse med produksjon av teksten, og rammene den blir konstruert innenfor, kan være påvirket av journalistenes konkurransesituasjon og tilpasset til det aktuelle mediet. Journalister har noen nyhetsverdier som vektlegges i utforming av tekster med bakgrunn i journalistiske- og redaksjonelle hensyn. Allern (2001a) oppsummerer fem slike nyhetsverdier; *vesentlighet, identifikasjon, sensasjon, aktualitet og konflikt* (s. 55).

Når en journalist gjør valg og tolkninger, er det først og fremst forbundet med aktualitet. For at en sak skal bli distribuert i nyhetsmedier, må en sak oppfattes som relevant av journalister, selvsagt med journalistens vinkling av saken. De eksisterende rammene kan også ha påvirkningskraft for hva som oppfattes som aktuelt i det gitte tidsperspektivet. Hvorvidt saken oppfattes som vesentlig for leseren, ved at den for eksempel har følger for leserens hverdag, er betydningsfull. Lesernes identifisering med saken styrker nyhetsverdien. Når leseren føler nærhet til temaet, for eksempel gjennom kulturell eller geografisk tilhørighet vekker den større oppmerksomhet for akkurat den leseren. Journalistene kan personifisere innholdet for å skape en identifikasjon, men også for å forenkle et budskap og gi saken en bredere appell (Allern 2001a, s.55). Dersom saken i tillegg byr på overraskelser, eller oppfattes som sensasjonell, kan det trekke lesere. Journalistene kan bruke sensasjonelle sider ved en situasjon eller en sak for på den måten skape større oppmerksomhet, eller journalistene kan *ironisere sensasjonen* samtidig som den oppstår. Konsekvensen av dette er at noen journalister kan velge å tone ned saker som andre journalister vier mye plass og store overskrifter i mediene (Garland 2008, s. 18). Det sensasjonelle er tilknyttet behovet for å knytte interessevekkende situasjoner til en konflikt. Dette siste nyhetskriteriet handler om at journalistene kanskje presenterer saken som mer konfliktfylt enn den egentlig er (Allern 2001a, s. 57). Et forhold i konflikt kan fremstå aktuelt og spennende, sammenlignet med en enighet mellom parter. Disse tradisjonelle nyhetsverdiene kan igjen påvirkes av økonomiske hensyn, som kan legge føringer om hvorvidt saken utarbeides eller ei (Allern 2001b, s. 290).

Tolkningsrammene på tekstnivået kan forsterkes dersom aktive aktører eller offentlige instanser har samme oppfattelsene og underbygger det rammen representerer. Dette kan være personer som opptrer som kilder i tekstene, og som fremstår som *betydningsfulle å lytte til*.

Disse personene kan øke sin «symbolske kapital» når mediene bruker dem som kilder, og de vil derfor forsøke å påvirke måten mediene tolker saken på (Allern 2001b, s. 273-275).

Journalister kan la egne tolkninger vike til fordel for en medieramme som fungerer bedre for nyhetsmediet. Dette fenomenet kalles av noen for *journalistisk makt*, og er journalistenes evne til å påvirke omgivelsene på en intensjonell måte (Matthes 2009). Et nyansert bilde på mediemakt fokuserer på makten som eksisterer i det å kunne formidle ett virkelighetsbilde, og på den måten stimulere publikums oppfatning av hva som er viktige saker (Waldahl 2008). Nyhetsproduksjon innebærer både seleksjon og konstruksjon, og er ikke *det som skjer*, men det som det blir valgt å rapportere. «Tolkningsrammer er ofte et resultat av kontakt og forhandling med kilder av ulike typer» (Allern 2001a, s. 69).

Mediene er avhengige av informasjon fra «offisielle kilder» som kan være representanter fra myndighetene, institusjoner og ledende organisasjoner. «I praksis er det ofte slik at nyhetsmediene *henter* sine tolkningsrammer gjennom den daglige dialogen med slike ««autoriserte vitere» dvs, at forståelsen av verden rundt oss i stor grad ses gjennom de institusjonelle elitesnes briller» [original kursivering] (Allern 2001a, s. 69). Dette resulterer i at nyhetssjangeren, altfor sjelden øker forståelsen for det som skjer i samfunnet i betydelig grad. I stedet sørger de etablerte tolkningsrammene for at «nyheter» i all hovedsak bare bekrefter kunnskap og argumenter en kjenner til fra før av (Allern 2001a, s.69). På den måten er nyhetene med på å reprodusere samfunnets doxa<sup>10</sup> (Hågvar 2007 s. 52). I denne oppgaven studeres tolkningsrammene på tekstnivået. Det vil dermed si at aktørenes budskap som fremstår på dette nivået, er revidert og omformet av journalisten. De fremstår derfor ikke i like «opprinnelig» form som på aktørnivået.

På *mottakernivået* kan tolkningen påvirkes av hvordan tolkningsrammen på tekstnivået blir fremstilt. Det er ikke ensbetydende med en direkte overført tolkning, fordi mottaker gjør seg opp egne meninger på bakgrunn av individuelle resonnementer. Som mottaker kan en også bli påvirket av assorterte tolkningsrammer på forskjellige nivåer. Dette er årsaken til at det på mottakernivået er mulighet for å undersøke effekten av tolkningsrammer. En slik studie vil være designet til å sammenligne tolkningsrammene på tekstnivået med publikums tolkninger, for så å se i hvilken grad mediene yter innflytelse over mottakernes endelige oppfattelse av en sak eller hendelse. Publikums utgangspunkt er tilgjengelig informasjonen og

---

<sup>10</sup> Sider ved kultur og samfunn folk flest tar for gitt, som de ikke stiller spørsmål ved. Den gjengse mening. (Store norske leksikon (2013), lest 20.10.2013)



ut fra den skaper de mening (Kepplinger 2012, s. 660-661). Dette nivået vies ikke oppmerksomhet i denne oppgaven.

## 2.3 Kulturell kontekst

Alle Entmans (1993) tre nivåer for kommunikasjon påvirkes, som vist i figur 2.1, gjennom hele kommunikasjonsprosessen av den sosiale og kulturelle samfunnsmessige konteksten rammene oppstår i. Med kultur refereres det til et organisert sett av forestillinger, koder, myter, stereotyper, verdier og normer som deles i et kollektivt *minne* i en gruppe eller et samfunn (Zald 1996). Tønnesen (2002) definerer kontekst som «den situasjon, det samfunn og de verdener som omgir, har omgitt eller kan tenkes å komme til å omgi teksten» (s. 223).

I litteraturen på feltet har kulturfaktoren igjen blitt viet økt oppmerksomhet de seneste årene. Blant annet i Van Gorp's artikkel «The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In» (2007), som utdyper nytten av tolkningsrammer som et brobyggende redskap mellom kognisjon<sup>11</sup> og kultur. Van Gorp skriver at ettersom kulturen sees på som en primærbase for kunnskapsoverføring, meningsutøvelse og forståelse av verden, kan man argumentere for et felles repertoar av tolkningsrammer i kulturen, som knyttes til nyhetsproduksjon og nyhetsforbruk (Van Gorp 2007, s. 61).

Det var sosiologen Erving Goffman som først importerte rammebegrepet til sosiologien fra psykologi og kognitiv teori (Ihlen 2007, s.27). Goffman mente at rammer involverer tolkningsskjemaer som lokaliserer, identifiserer og gir merkelapper på dagligdagse hendelser i vårt liv og verden for øvrig. Han vurderer rammer med deres egen logikk og mening som så selvstendig som mulig, og understreker i stedet rammens tilknytning til *kulturen* (Goffman 1986). Hertog og McLeod (2001) deler Goffmans syn på kulturens rolle. De mener rammer, som en del av den dype strukturen som eksisterer i kulturen, skaper en betydelig del av den felles delte meningen mellom samfunnsmedlemmer. Rammer gir uuttalt, men likevel delt kunnskap som setter folk i stand til å engasjere seg i diskusjoner som formoder et sett av felles forutsetninger (s. 141).

Kulturelt forankrede rammer er tiltalende for journalister å bruke, ettersom de allerede er «klare til bruk». Kulturelt forankrede rammer danner universelt forståtte koder som implisitt påvirker mottakerens tolkning av budskapet og gir mening, sammenheng og forklaringer på komplekse problemstillinger. Tilnærmingen til rammer som kulturelle fenomener, betyr ikke at alle kulturelle konsepter er rammer per definisjon. De blir først rammer når noen bruker

---

<sup>11</sup> Forstandsaktivitet: tilegne seg kunnskap, tenke. Store norske leksikon (2013), lest 17.9.2013

deres definerende kapasitet. Rammebygging i media, og da kanskje spesielt i nyhetsmediet, er i kjernen en prosess hvor kulturelle verdier og normer blir gjengitt (Van Gorp 2010, s. 87-88).

Denne oppgaven tar utgangspunkt i det sosialkonstruktivistiske perspektivet, som tar hensyn til både den sosiale og den kulturelle konteksten som tolkningsrammene oppstår i (Van Gorp 2010, s. 84). I dette perspektivet virker tolkningsrammene på en symbolsk måte i den samfunnsmessige konteksten, ettersom det oppstår et delt tankemønster innad i en gruppe eller et samfunn. Dette tankemønsteret aktiveres når en bestemt forståelse av en sak promoter (Scheufele og Scheufele 2010, s. 116-119). Dette er en interessant kvalitet, nettopp fordi det peker på at saken og synspunktene har grobunn i allerede eksisterende og delte meningsstrukturer. Ettersom disse meningsstrukturene ligger latente og deles av ulike grupper i befolkningen kan for eksempel journalister fremstille en sak på en bestemt måte, som igjen aktiverer en *gitt* forståelse hos mottaker (Reese 2010a, s. 19-22). Det er vanskelig å få grep om rammer i kulturen. Det er lettere å rekonstruere dem, slik det gjøres i denne oppgaven (Van Gorp 2007, s. 64). Gamson og Modigliani (1989) peker på faktorer som de mener er avgjørende for rammers levetid. En av dem er rammens kulturelle resonans. Med kulturell resonans viser en til at enkelte rammer har en bredere appell ettersom de fremmer velkjente og sentrale verdier, som for eksempel *fremskritt* eller *utvikling*. Andre rammer kan ha en fordel ved at de knyttes opp mot kjente historier eller myter som er en del av en kulturell arv (Reiten 2007, s. 39).

På bakgrunn av at *kultur er slagmarken* (Ryan 1991, s.79) har Charlotte Ryan identifisert tre basistaktikker i rammekonkurransen: (1) Angripe rivaliserende rammer der hvor deres kulturelle resonanser er svake. (2) Unngå rivaliserende rammer og samtidig understreke de kulturelle resonanser som forsterker egen ramme. (3) Absorber rivaliserende rammer ved å *snylte* på de kulturelle resonansene de benytter seg av. For utøvere av strategisk kommunikasjon er det et behov for å koble aktørens forståelse av problemet eller saken til et kulturelt fenomen, for på den måten å appellere utover en enslig historie (Carragee og Roefs 2004, Ihlen og Nitz, 2008). Ved å appellere til kulturelle rammer kan tolkningene foreslått av aktører virke så naturlig at prosessen rundt å skape tolkningsrammen går ubemerket hen (Van Gorp 2007, s. 73). Dette er en fordel for strategiske aktører, med hensyn til journalistisk integritet.

## 2.4 Rammekonkurranse

Strategisk kommunikasjon involverer ofte konstruksjon og promovering av tolkningsrammer (se for eksempel Hallahan, 1999). Entman (1993) er av den oppfatning at strategiske aktører vil ha egeninteresse i hvordan problemene eller sakene de er involvert i, er «innrammet» og hvordan denne rammen holder stand mot konkurrerende rammer som kanskje tilbyr andre definisjoner, tolkninger, vurderinger og anbefalinger. Noen aktører er flinkere enn andre til å fremme sine rammer, og noen rammer er enklere for mediene å adoptere. Den sosiale konstruksjonen som siktes på av strategiske kommunikatører, er *selve essensen av kommunikasjon*, og er på den måten verken iboende god eller dårlig (Hallahan, 1999, s. 206-207).

På tross av rekkevidden i tolkningsrammebegrepet, fokuserer likevel de fleste tolkningsrammestudier utelukkende på nyhetsrammen (Dan og Ihlen 2011, s. 370). På den måten ignoreres ofte strategiske aktører og konkurransen mellom ulike rammer, kjent som «rammekonkurranse» (Pan og Kosicki 2001). Forskning som ikke fokuserer på kilder i nyhetsrammene kan ende opp med å overdrive den journalistiske autonomien (Dan og Ihlen 2011, s. 370), men også rammeeffekten, ettersom noen forskere (for eksempel Carragee og Roefs 2004) har konkludert med at rammekonkurranse kan redusere effekten rammer har på publikum.

Både sosiale og politiske aktører kjemper om å influere den offentlige meningen i henhold til sine interesser (Gamson og Modigliani 1989). Sosiale problemer og tvister kan forklares på ulike måter, gjennom forskjellige kilder som har sin foretrukne definisjon av et problem eller en situasjon (Hallahan 1999, s. 210). I en rammekonkurranse forsøker hver aktør å fremheve sin foretrukne tolkning i en spesiell sak eller situasjon, og håper på at media adopterer denne spesifikke rammen, og at den vil bli akseptert av publikum (Gamson og Modigliani 1989). Aviser blir plattformen der rammekonkurransen foregår med politiske aktører som sponser sin foretrukne rammeforståelse (Carragee og Roefs 2004). De aller fleste problemer eller saker som finner sted i den offentlige debatten i et demokratisk system slik som i Norge, har mange aspekter og det finnes ikke kun én riktig tolkning. «Medienes sentrale roller burde være å bistå i å assistere rettferdige forhandlinger mellom ulike og konkurrerende interesser gjennom demokratiske prosesser» (Dahlgren og Sparks 1991, s.30). Til tross for medienes idealistiske rolle, er det ikke slik at alle sosiale aktører har like store sjanser i konkurransen om å skape gjeldende tolkningsrammer. Entman (2004) har for eksempel fremhevet noe han kaller *cascading activation model*, en gjennomgripende

aktiveringsmodell. Med modellen argumenterer han for at tolkningsrammene strømmes fra toppnivået av sosiale aktører som ledere/elitepersoner, til bunnen som han hevder representerer offentligheten. Ryan (1991) mener at aktører av lavere status eller rang i samfunnet utpeker seg som det hun kaller *definitive underdogs* i rammekonkurransen, mens toppaktørenes rammer preges på sin side av en *ideologisk tregghet* (s.68).

Ideologiske konkurranser vil skje ved hjelp av rammer som viser omfanget av saken, hvem som er ansvarlig, hvem som rammes og hvilke verdier som er relevant i denne sammenhengen (Pan og Kosicki, 2001). Virkeligheten er i stor grad *konstruert gjennom kommunikasjon*, i stedet for å *bli uttrykt gjennom den*. Ut av de mange tilgjengelige tolkninger av en bestemt sak eller hendelse, er strategiske aktører interessert i å sikre at deres egen tolkning er akseptert av media, allmennheten og andre samfunnsaktører (Ihlen og Nitz, 2008). «Opinionsdannere som frivillige organisasjoner og media, vil forsøke å eksponere bedrifter som de enten mener begår overtramp, opptre uetisk og ikke i samsvar med egne eller samfunnets retningslinjer. Aktører som utsettes for press og kritikk, vil som regel argumentere sitt forsvar gjennom mediene» (Reiten 2007, s. 24).

Reese (2001) hevder at våre tendenser til å privilegere kulturelt resonante rammer kan være et resultat av psykisk forutinntatthet. Ved å tilby «kontekstuelle pekepinne» for å bearbeide informasjon byr strategiske rammer på en foretrukket kognitiv behandling og beslutningsprosess (Hallahan 2008). Strategiske rammer får folk til og tenkte på bestemte måter som er *gitt* på forhånd. Dermed bruker ikke alltid folk sitt fulle kunnskapspotensiale når de tar stilling til for eksempel samfunnsspørsmål. Grunnen til at noen rammer råder over andre i en offentlig diskurs, er veldig kompleks. Forskere nevner ofte *rammemakt* eller *rammepotens* som suksesskriteriet for å vinne rammekonkurransen (Pan og Kosicki 2001). I følge Gamson og Lasch (1983) er en stor del av denne *rammemakten* takket være ressurser dyrket strategisk av aktører, en prosess som går under termen *rammesponsing*. Deltagere i rammekonkurransen må manøvrere strategisk for å oppnå sine politiske og kommunikative mål. Hver aktør må ta strategiske grep for å få budskapet sitt ut og vinne argumentet (Pan and Kosicki 2001, s. 40).

Rammer har vist seg å forme offentlige oppfatninger av politiske saker eller institusjoner (Semetko og Valkenburg 2000, s.94). For å vinne kampen om tolkningsrammen har flere kommunikasjonsforskere referert til at strategiske aktører bør samsvare sitt budskap med journalistiske behov, og ta hensyn til nyhetskonsvensjonene og sjangrene (Hertog og McLeod 2001, Allern og Ihlen 2008). Dette øker ikke bare medieoppmerksomheten, men også

sjansene for gunstig og ønsket rammeomtale (Carragee og Roefs 2004). En tolkningsramme må ikke oppfattes som konstant. Den forhandles kontinuerlig og omtolkes gjennom media. Nye rammer skapes og eksisterende skiftes ut ettersom de påvirkes av endringer i politiske forhold, interaksjoner mellom journalister og kilder, så vel som holdninger i redaksjonene (Ihlen 2007, de Vreese 2003, Ihlen og Nitz 2008, Hertog og McLeod 2001).

Det er de som lykkes med å identifisere og utforske mediekonvensjoner som for eksempel sterke visuelle uttrykk eller velfungerende retorikk som har størst sjanse for å få pressedekning i sin foretrukne ramme (Allern og Ihlen 2008). Dette er spesielt tilfelle dersom organisasjonen klarer å knytte rammen sin til et bredere kulturelt fenomen og samtidig spille på allmenne aksepterte verdier og normer (Dan og Ihlen 2011).

Når strategiske aktører konkurrerer i gjennomslag for sin tolkningsramme stadfester Entman (1993) at en følge kan bli at noe på et tidspunkt fremstilles som et problem, men senere viser seg ikke å være truende på samme måte som først fremstilt (s. 52-53). Denne viktige kvaliteten ved rammebegrepet har resultert i en rekke studier av tolkningsrammenes makt over meningsdyrking i samfunnet. I forskning av en slik karakter er det ofte det *kritiske* perspektivet som legger grunnlaget. Gjennom å forske på bruken av noen tolkningsrammer til fordel for en aktørs synpunkter og meninger, og på bekostning av andre, peker studier på strategiske prosesser mellom ulike aktører, for eksempel innenfor politisk kommunikasjon (Reese 2010, s. 18-19). På denne måte kan tolkningsrammene bidra til å si noe om hvordan aktører fremstiller en sak sammenlignet med egne mål og verdier. Likevel er det essensielt å være klar over at mange rammeforskere ikke har særlig tro på ukompliserte og direkte kognitive effekter av tolkningsrammer. «Det foregår et tolkningsarbeid hos mottaker, og studier har demonstrert hvordan folk ikke nødvendigvis overtar tolkningsrammer som presenteres i mediene, men like gjerne kombinerer konkurrerende tolkningsrammer» (Edy og Meirick, 2007 i Ihlen 2007, s. 25-26).

## **2.5 Analysemodell**

Analysemodellen som brukes i denne oppgaven, er valgt for å kunne identifisere tematiske tolkningsrammer på tekstnivået. Kvalitative studier er mye brukt innenfor den sosialkonstruktivistiske retningen, ettersom perspektivet er tolkende og tar hensyn til sosiale og kulturelle strukturer. Forskere har foreslått at det er klokt å starte tolkningsrammestudier med å orientere seg omkring tematikken en konkret aktør lanserer tolkningsrammer om. Så bør en identifisere hva som virker som viktige rammer, og deretter lage lister over nøkkelord

rammene består av. Det foreligger likevel i liten grad konkrete råd for hvordan en gjennomfører empiriske analyser av tolkningsrammer (Ihlen 2007, s. 33).

Analysemodellen brukt for empirisk analyse i denne oppgaven, tar utgangspunkt i Gamson og Lasch (1983) analysemodell for tematiske tolkningsrammer. Denne modellen er todelt og består av «framing devices» rammeverktøy og «reasoning devices» posisjons- eller resonneringsverktøy. Rammeverktøyene er organiserende, og foreslår et rammeverk for hvordan en kan tolke et tema eller en sak. Gamson og Laschs opprinnelige analysemodell er konkret i forhold til hva slags rammeverktøy analytikeren bør se etter: (1) metaforer, (2) eksempler, (3) slagord, (4) beskrivelser og (5) visuelle bilder. Disse rammeverktøyene utgjør til sammen en kjerneramme.

I tillegg bør en se etter tre former for posisjons- eller resonneringsverktøy: (a) årsaksanalyse eller røtter, (b) konsekvensanalyse, og (c) en appell til prinsipper for at en inntar et spesielt standpunkt. Posisjonerings- eller resonneringsverktøyene kan hjelpe forskeren å forstå begivenheter relatert til en sak på en organiserende måte. Disse analyseleddene satt sammen har til hensikt å rettferdiggjøre en inntatt posisjon, og sammen med rammeverktøyene utgjør de det som av mange kalles *mediepakker* (Gamson og Modigliani, 1989). Mediepakkemodell slike den er beskrevet over har styrker og svakheter. Ihlen (2007) påpeker at «en åpenbar svakhet er betegnelsen på modellen» (s. 36). ‘Mediepakkemodellen’ løsriver modellen fra forskningstradisjonen som snakker om tolkningsrammer. I likhet med Van Gorp (2007) og Ihlen (2007) foretrekker jeg også å bruke tolkningsrammemodell og ikke mediepakkemodell, siden aktørenes meninger er i hovedfokus og ikke medienes rolle. Gamson og Lasch’s liste over rammeverket kan ifølge Ihlen (2007) også sies å ikke være uttømmende. «Det virker rart om en skal begrense seg til å se på metaforer og dermed ignorere andre troper slik som similer der sammenlikningen gjøres eksplisitt: «X er *som* Y») eller synekdoke (når en del nevnes istedenfor det hele, for eksempel krone for konge)» (s. 36). Jeg ser derfor i likhet med Ihlen (2007) etter bruken av troper, språkbilder som peker utover seg selv. Et annet moment som skiller seg fra originalmodellen til Gamson og Lasch (1983, s. 399-400), er at det i denne analysen ikke analyseres illustrasjoner eller fotografier. For denne oppgavens del ser analysematrisen ut slik den blir beskrevet på neste side.

- (1) *Troper*. Består av to deler – en del som tropen vil betegne, og en del som tropen trekker på for å gi økt forståelse til den første delen. Oppfatningene er sosialt delte i et samfunn, og kan brukes for å understreke et poeng.
- (2) *Eksempler*. Peker på hendelser fra fortid eller nåtid for å innramme et tema.
- (3) *Slagord*. Et signaturelement eller virkemiddel som gjennom enkle merkelapper eller slagord byr på selve essensen av tolkningsrammen. Slike slagord er ofte oppsummerende, betegnende, lette og huske og fengende.
- (4) *Beskrivelse*. Hovedsubjektet karakteriseres på en spesifikk måte, ofte ved fargerike beskrivelser. Adjektiv eller taleverb, for eksempel «påstår» eller «hevder», kan brukes i forbindelse med beskrivende skildringer.

Posisjoneringsverktøyene peker på begrunnelser og rettferdiggjør en posisjon eller en sak. Posisjoneringsverktøyene legger også frem en slags løsning på problemet. Disse verktøyene kan være med på å hjelpe forskeren til å forstå begivenheter som er relatert til en sak på en organiserende måte (Gamson og Lasch 1983, s. 399- 400).

- (a) *Årsak*. Begrunnelse for handling. Kan for eksempel være kausale dynamikker som ligger til grunn for en serie begivenheter, og som igjen underbygger tolkningsrammens posisjon.
- (b) *Konsekvens*. Om vi ikke gjør følgende vil det føre til disse konsekvensene. Gjennom å peke på konkrete konsekvenser, enten det er på kort eller lang sikt, underbygger en kjerneposisjonen i tolkningsrammen.
- (c) *Prinsipper*. Moralsk appell. Enten det er moralske appeller, eller vektlegging av generelle oppfatninger som er delt i et samfunn, underbygges kjerneposisjonen.

Ramme- og posisjoneringsverktøyene er gunstige å ta i bruk for å få frem det som utmerker seg som karakteristisk ved teksten, så kan dette igjen knyttes til en helhetlig tolkningsramme. Gjennom å vektlegge posisjoneringsverktøyene i analysen, kan forskeren si noe utover det han eller hun kunne sagt gjennom å fokusere kun på nyhetsformat eller nyhetsskript (Semetko og Valkenburg, 2000). Tolkingsrammer sier mer om en spesiell oppfattelse og forståelse av et tema eller et problem, det er samtidig et viktig poeng at det ikke er slik at alle elementene i en ramme må være til stede i alle tekster eller intervjuer (Ihlen 2007, s. 37).

Rammemodellen utforsker tekstene kvalitativt, men har skapt et system for å kartlegge elementene på en mest mulig oversiktlig måte. Rammepakken har til hensikt å fungere som et verktøy for å organisere symbolske virkemidler i teksten, som senere utgjør en tolkningsramme. Gjennom en oppbrytning av teksten, og identifisering av elementer og verktøy, muliggjøres en organisering av innhold fra flere tekster under ulike kriterier. Fremgangsmåten er derfor en induktiv metode, fordi forskeren starter med enkeltsaker og jobber seg deretter mot en generell tolkningsramme som senere kan gjøre seg gjeldene for flere saker (Matthes 2009, s. 351). Elementer i en rammepakke vil gi gjensidig støtte og styrke til hverandre, og på den måten kan en helhetlig pakke samle ulike elementer i kulturen under ett. En fortolkende pakke har en kjerne som består av en overordnet ramme og en posisjon som definerer den. Rammen antyder en sentral organiserende idé for å forstå hendelser som knytter seg til problemet eller saken (Gamson og Lasch 1983, s. 397-398). Å finne ut hvordan rammeverktøyene og posisjons- eller resonneringsverktøyene jobber sammen under en overgripende ramme, er kjernen i tolkningsrammeanalysen (Van Gorp 2010, s. 103).

Kritikk av mangel på reliabilitet og validitet i rammeforskningen uttrykkes regelmessig i litteraturen på feltet (se for eksempel Scheufele og Scheufele 2010, Tankard 2001, Matthes og Kohring 2008). Vanligvis blir rammer beskrevet i dybden, og det gis ingen kvantifisering. Selv om de fleste av disse studiene er veldokumenterte og gjennomarbeidet i diskusjonen omkring tolkningsrammer, er det vanskelig å si hvordan rammen er ekstrahert ut fra materiale. Det reiser spørsmål ved forutinntatthet i utvalget og robustheten av de identifiserte rammene. Det redegjøres nærmere om dette i påfølgende kapittel, hvor oppgavens metodiske tilnærminger og analyseprosedyren gjennomgås.



## 3 Metodiske tilnærminger

Metode er en planmessig fremgangsmåte for å nå frem til kunnskap. Oppgaven kan karakteriseres som en eksplorerende tekstanalyse ettersom målet ikke er å teste teorier, men beskrive og tolke for å oppnå en større forståelse (Østbye m.fl. 2006, s. 245). Metodedesignet jeg sitter igjen med er blitt til som et resultat av valg og avgrensninger i forhold til oppgavens tema, studieobjektet, samt metoder for datainnsamling.

I dette kapittelet presenteres først oppgavens metodiske design. Deretter beskrives analyseprosessen jeg har fulgt for å komme frem til tolkningsrammene. Jeg beskriver så prosessen omkring de kvalitative intervjuene. Til slutt redegjøres det for styrker og svakheter knyttet til validitet, reliabilitet og generalisering for kvalitative studier generelt, og min analyse spesielt.

### 3.1 Metodisk design

For å besvare oppgavens problemstilling benyttes kvalitativ innholdsanalyse og kvalitative forskningsintervjuer. Analysen har til hensikt å avdekke hvilke tolkningsrammer Nammo og Kongsberg Gruppen bruker om norsk våpenindustri, og hvilke konkurrerende tolkningsrammer Changemaker og Norges Fredslag forfekter i media. I tillegg skal analysen kartlegge hvilke av tolkningsrammene som oppnår størst gehør hos politikere. I innholdsanalysen av tolkningsrammene benyttes en hermeneutisk tilnærming. De kvalitative intervjuene har som formål å teste funnene i analysen av avistekstene gjennom at tolkningsrammene identifisert i analysen sammenlignes med uttalelser fra forskningsintervjuene. Forskningsintervjuene kan gi en dypere forståelse gjennom at jeg kommer nærmere kilden og på den måten lettere kan fange deres refleksjoner. I tillegg kan intervjuene være med på å belyse forholdet mellom aktørene i rammekonkurransen. Både rammeanalysen og intervjuene brukes til å besvare alle de tre spørsmålene i problemstillingen.

I samfunnsvitenskapen skiller en ofte mellom to hovedformer for metodiske tilnærminger: kvalitativ og kvantitativ metode. Sigmund Grønmo (2007) skriver at kvalitative undersøkelser ofte er basert på kilder bygd opp av tekst. Eksempler på dette kan være, intervjuer, artikler, analyser og lignende. Kvantitative på den andre siden, bygger på statistikk, tallmateriale, spørreundersøkelser og så videre. En ren tekstanalyse av avisartikler knyttet til temaet vil styrkes gjennom å supplere med forskningsintervjuer. En kvalitativ

tilnærming, slik innholdsanalyse og forskningsintervjuer utgjør i denne oppgaven, preges av nærhet til kilden, mindre formalitet og ønsket om å skaffe til veie en dypere og mer helhetlig forståelse av et fenomen.

Ettersom metodedesignet kombinerer to metoder, kan dette kalles en form for metodetriangulering, der undersøkelsen er basert på en kombinasjon av ulike data og metoder (Grønmo 2007, s. 55). Kombinasjonen av de to kvalitative forskningsmetodene som brukes i denne oppgaven begrunnes strategisk. Saken om Norsk forsvarsindustri er kompleks, og det er derfor nyttig å belyse ulike synspunkter på forskjellige måter ved å bruke ulike metoder. Gjennom å inkludere innholdsanalyse og forskningsintervjuer, økes tilliten til resultatene og metodene i oppgaven styrkes. Metoden blir overlappende gjennom at studieobjektet undersøkes på flere måter gjennom ulike metodiske tilnærminger. Ved å benytte flere metoder kan svakheter ved de ulike metodene kompenseres for, og oppgavens validitet potensielt styrkes (Østbye m.fl. 2006, s.121).

Metodetriangulering som kombinerer kvalitative og kvantitative data kunne på den andre siden vært gunstig. Dette er en vanlig form for triangulering, der kvalitative studier blant annet kan brukes eksplorativt for å legge bakgrunnen for en kvantitativ studie (Grønmo 2007, s. 210). Kvantitative metoder egner seg til å telle og måle sosiale fenomener i bredden, og benytter seg av standardiserte teknikker for datainnsamling og analyse (Østbye m.fl. 2006, s. 154-155). Kvalitative metoder, på sin side, er igjen bedre egnet til å analysere mindre utvalg i dybden, og er mer fortolkende i sin form. Ulikhetene ved de to metodene betyr også at de egner seg til å studere ulike sider ved den sosiale verden, og at de kan komplementere hverandre ved å gi innsikt i ulike sider av samme fenomen (Gentikow 2005, s. 35-37). I denne oppgaven er det derimot fordypningen som er av interesse, å belyse hvilke argumenter som finnes om temaet og hvordan de oppnår gjennomslag politisk. Det kunne vært nyttig med et kvantitativt svar på hvilke rammer som slår mest gjennom, og hvilke som slår gjennom i størst antall politisk, men poenget og hensikten er å kartlegge og forstå de dypereleggende aspektene i argumentene.

Ettersom rammer er en del av kulturen sirkulerer de i langt mer enn kun nyhetshistorier. Van Gorp (2010) råder til å samle kilder fra «rammesponsorer» som bruker rammer strategisk. Det kan for eksempel være pressgrupper, ikke-statlige organisasjoner eller politiske partier. Tolkingsrammer finnes i alt fra pressemeldinger, pamfletter og brosjyrer (Van Gorp 2010, s. 94). Måten jeg har løst dette på i min oppgave, er at selve datamaterialet som er grunnlaget for rammeanalysen, kommer fra et utvalg av norske aviser. I oppgavens research-

fase leste jeg derimot årsrapporter fra Nammo og Kongsberg Gruppen, og jeg studerte nettsidene deres. Jeg leste også kampanjemateriell, rapporter og nettsidene til både Changemaker og Norges Fredslag. Jeg studerte relevante stortingsmeldinger, i tillegg til Utenriksdepartementets og Forsvarsdepartementets nettsider. Dette gjorde jeg for å bli kjent med «the tone of voice» hos de ulike aktørene, og danne meg et bilde av hvordan de kommuniserte, hva de vektlegger og prioriterer. Grunnen til at jeg valgte å la selve datamateriale for analysen likevel kun stamme fra et utvalg aviser, var fordi dette er arenaen hvor aktørenes tolkningsramme møtes med journalistiske og redaksjonelle hensyn. På den måten mener jeg at avisdekningen gir et godt bilde av hvordan debatten ser ut for den jevne befolkning og er også det inntrykket politikerne får ved å lese aviser.

For å teste funnene, samt å få en dypere forståelse og komme tettest mulig innpå tolkningsrammenes opprinnelse, bestemte jeg meg for å komplementere innholdsanalysen med eliteintervjuer av aktørenes representanter. For å besvare spørsmål tre i problemstillingen: «I hvilken grad oppnår disse tolkningsrammene politisk gehør?» brukte jeg de allerede konstruerte rammene fra industrien og aktivistene, og gikk gjennom datamaterialet igjen, men denne gangen for å finne politiske avsendere av budskap som brukte de rammene jeg allerede hadde identifisert. Ved å gå gjennom de samme artiklene og se hvem av industrien eller aktivistene som får sine rammer mest brukt av politikere, mener jeg det kommer frem hvilke rammer som har størst politisk resonans. I tillegg til å vise til eksempler på uttalelser i artikler i datamateriale hvor jeg identifiserer at politikere bruker samme tolkningsrammer som enten aktivistene eller industrien, peker jeg på eksempler fra deres egen kommunikasjon gjennom stortingsmeldinger og publiserte nyhetssaker på deres nettsider. Dette er for å veie opp for at jeg ikke har intervjuet politikere.

## **3.2 Analyseprosedyre**

I kvalitativ rammeforskning brukes deduktive strategier regelmessig (Van Gorp 2010, s. 91). Metoden for innholdsanalyse er valgt med utgangspunkt i det sosialkonstruktivistiske perspektivet innenfor tolkningsrammeforskningen. For å vise hvordan jeg har kommet frem til rammene, på hvilke nivåer og hvilke teknikker jeg har brukt for å observere dem, redegjør jeg i detalj for den kvalitative innholdsanalysen. Jeg har etterstrebet å følge Van Gorps (2010, s. 94-97) firetrinn prosedyre for å forøke å ta subjektiviteten ut av analysen, i den grad det lar seg gjøre.

*Steg (1)* handler om å *samle kildemateriale*. Datamaterialet i den kvalitative tolkningsrammeanalysen ble valgt ut gjennom strategiske søk i A-tekst, et digitalt søkbart og kvalitetssikret nyhetsarkiv<sup>12</sup>. Det er nødvendig med avgrenset søkeord for å samle mest mulig relevante artikler, og samtidig unngå å utelate viktige tekster. På tross av at databasen er Norges ledende tekstarkiv på redaksjonelt innhold, er det blitt pekt på mangler ved A-tekst. Eriksen (2005) peker på at hver enkelt kilde/avis er ansvarlig for klassifiseringen og overføring av artikler, men at det ikke eksisterer noe felles klassifiseringsbegrep på tvers av kildene (s.46). Dette kan medføre at tema om tilnærmet samme emne klassifiseres ulikt.

Perioden for datamaterialet strekker seg fra siste halvdel av år 2010 og frem til første halvdel av år 2013, til sammen tre år. Det var dagens situasjon som var aktuell for å besvare problemstillingen. Likevel ble treårsperioden valgt for å få med oppturer og nedturer, debatter og hendelser over litt tid. Innhenting av datamateriale foregikk i perioden april til juni 2013. Dette materialet viste seg å være såpass stort, at for å kunne gå i dybden, var det ikke hensiktsmessig å gå lengre tilbake i tid. Utvalgsriteriet for artiklene var at det i nyhetsoppslaget overskrift, ingress, stikkittel eller brødtekst skrives om Nammo eller Kongsberg Gruppen, Nammo+Fredslaget, Nammo+Changemaker, Kongsberg Gruppen+Changemaker eller Kongsberg Gruppen+Fredslaget i Aftenposten, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Ny Tid, Laagendalsposten eller Oppland Arbeiderblad.

Generelt utelot jeg notiser og børsmeldinger ettersom de tilførte lite av verdi tilknyttet mine spørsmål for å definere tolkningsrammer. Ledere, nyhetsartikler, kommentarer, kronikker og debatt- og leserinnlegg ble derimot inkludert. Det ble tidlig tydelig at mye av aktivistenes rammer ble synlige nettopp gjennom debattinnlegg og kronikker. Det ville derfor ikke være hensiktsmessig og bare holde seg til redaksjonelt innhold. Poenget er heller ikke å se hvilke tolkningsrammer journalistene bruker i denne debatten, men hvilke som finnes i omtalen av norsk våpenindustri i avisene, ved at representanter fra industri eller aktivister tar dem i bruk når de blir intervjuet eller publiserer debattinnlegg.

*Aftenposten* er Norges mest leste avis. Den er også den største norske abonnementsavisen. Tradisjonelt har avisen vært regnet som konservativ og tidligere var den tilknyttet partiet Høyre.<sup>13</sup> *Dagens Næringsliv* er en dagsavis og den fjerde største riksdekkende avisen i Norge. Avisen fokuserer på nyheter innen økonomi, politikk, nærings- og samfunnsliv. Den forsvarer som oftest markedsøkonomiske fremfor politiske løsninger, og

---

<sup>12</sup> <http://bit.ly/18vz3pH> lest 24.6.2013

<sup>13</sup> <http://bit.ly/1c75Upl> lest 8.7.2013

kan karakteriseres som liberalistisk<sup>14</sup>. *Dagsavisen* blir utgitt i Oslo. Dagsavisen var tidligere partiavis for Det Norske Arbeiderparti. Avisen kaller seg en moderne, uavhengig og samfunnskritisk kvalitetsavis<sup>15</sup>. *Ny Tid* en ukeavis i magasinformat. *Ny Tid* var tidligere partiorgan for Sosialistisk Venstreparti<sup>16</sup>. Lokalavisene som dekker områdene hvor Kongsberg Gruppen og Nammo er lokalisert er også tatt med. *Laagendalsposten* er lokalavis for Kongsberg, Sandsvær og Numedal<sup>17</sup>. *Oppland Arbeiderblad* er den regionale avisen for Vestoppland og Valdres<sup>18</sup>. Alle avisene hadde sine papirutgaver tilgjengelige i mediearkivet, utenom *Laagendalsposten*, som på A-tekst bare er tilgjengelig som nettavis. Ettersom det opplevdes hensiktsmessig å ha med de respektive lokalavisene, da de bringer inn viktige momenter i kraft av at de er talerøret nærmest industrien, ble *Laagendalsposten* tatt med til tross for ulikt publiseringsformat. De utvalgte avisene hvor datamateriale ble hentet fra, ble strategisk valgt ut i fra tilgjengelighet, fokusområde, størrelse, opplag og geografisk beliggenhet/nærhet til våpenindustrien. Utvalget ble ikke gjort med ønske om å etterstrebe et representativt utvalg av norsk presse, men for at ulike meningsretninger skulle være representert. Utvalget representerer abonnement og løssalgsaviser, riksaviser, regionale, så vel som lokale. Avistypene i utvalget kan ha innflytelse på utformingen av det redaksjonelle stoffet, som for eksempel prioritering av saker, markedsorientering og kildebruk.

Søket førte til et stort antall nyhetsoppslag. I løpet av treårsperioden 1.juli 2010 til 1. juli 2013 ble det publisert 181 artikler om Nammo og 478 artikler om Kongsberg Gruppen. Jeg valgte ut de to siste ukene i hver måned i perioden over de tre siste årene. Det gav 72 uker med strategisk medieinnhold. Hensikten var å minske antallet, men likevel å måle et tilfeldig snitt gjennom de siste tre år. Det var et poeng å ha uker representert fra hver måned for at sesonger, skulle bli verken under- eller overrepresentert. Etter dette utvalget gikk jeg gjennom og luket ut artikler hvor Kongsberg Gruppen eller Nammo bare ble nevnt med en setning i en sak, ettersom det ikke bidro med noen verdi til analysen. For at en artikkel skal ha verdi for datamateriale må den ha overskrift og ingress, i tillegg til en artikkeltekst på mer en åtte setninger. Søket på «Nammo+Fredslandet», «Nammo+Changemaker», «Kongsberg Gruppen+Changemaker» eller «Kongsberg Gruppen+Fredslandet» over den samme treårsperioden i de seks avisene gav tilsammen 24 treff. Alle disse ble med i datamaterialet.

---

<sup>14</sup> <http://bit.ly/194zDL1> lest 8.7.2013

<sup>15</sup> <http://bit.ly/Igyhq7> lest 8.7.2013

<sup>16</sup> <http://bit.ly/1aWhlPx> lest 8.7.2013

<sup>17</sup> <http://bit.ly/1iPOwbQ> lest 8.7.2013

<sup>18</sup> <http://bit.ly/1iPOAs5> lest 8.7.2013

Da datainnsamling var over, endte det komplette datamateriale opp på totalt 117 avisartikler. 25 artikler om Nammo, 68 artikler om Kongsberg og 24 artikler som inneholdt enten Nammo/Fredslaget, Nammo/Changemaker, Kongsberg Gruppen/Fredslaget eller Kongsberg Gruppen/Changemaker.

På nettsiden til Utenriksdepartementet og Forsvarsdepartementet gjorde jeg, den første uken i august 2013, en utvelgelse av relevante nyhetsartikler med redaksjonelt innhold som inneholdt omtale av aktørene «Nammo», «Kongsberg Gruppen», «Changemaker» «Norges Fredslag» eller som handlet generelt om norsk forsvarsindustri de tre siste årene. Jeg valgte så ut de artiklene som hadde relevans i forhold til mine identifiserte tolkningsrammer. Jeg viser blant annet til eksempler fra seks av disse artiklene i kapittel 5. Lenker til disse ligger vedlagt i litteraturlisten.

Steg (2) går ut på å gjennomføre en åpen koding av en tekst. Det betyr at en analyserer tekster uten å bruke et predefinert kodeinstrument. Den viktigste retningslinjen her er ikke å fokusere på hva teksten handler om, men hvordan historien blir fortalt. Det essensielle er at når en konstruerer en historie, tar en valg. Med hensyn til nyhetsartikler er ikke hensikten å finne hovedfakta i en nyhetssak, men å identifisere hvilke valg journalisten har gjort når saken er blitt laget (Van Gorp 2010, s. 94).

Jeg begynte å nærlese de 117 artiklene. Jeg merket meg hvilke aviser som lot representanter fra industrien slippe til, hvem som gav aktivistene et talerør og hvem som lot begge komme til orde. Ettersom dette er budskapet deres og ikke først og fremst er journalisten som er vesentlig her, brukte jeg mesteparten av tiden på å se hva som ble sagt når aktørene ble sitert eller hadde leserinnlegg/kronikk på trykk. Det er likevel klart at det ligger journalistiske og redaksjonelle vurderinger bak om en sak kommer på trykk og hvilken vinkling den har. Etter nærlesning, gikk jeg gjennom hver og en av artiklene igjen og blinket ut nøkkelord, fraser og andre posisjonerings- og resoneringsverktøy som jeg merket gikk mye igjen i omtalen av norsk våpenindustri.

Steg (3) er tilknyttet kodene til meningsakser. «Koding og kategorisering av kvalitative data innebærer egentlig en oppdeling av datamaterialet i ulike elementer og en inndeling av disse dataelementene i ulike typer eller grupper» (Grønmo 2007, s. 263). Jeg gikk i gang med å se etter mønster i nøkkelordene, posisjonerings- og resoneringsverktøy, hvem som brukte dem og i hvilke sammenheng. Rammeverktøyene har som nevnt i oppgave å støtte opp under hovedrammen, mens posisjoneringsverktøyene har i oppgave å rettferdiggjøre tolkningsrammens hovedposisjon (Gamson og Lasch 1983, s. 398-401). Etter

hvert systematiserte jeg disse i mønstre, som igjen førte til konstruksjoner på et høyere plan. Mens jeg i steg (2) så på hver separate tekst i analysematerialet, så jeg i steg (3) på likheter, ulikheter og kontraster mellom de indikerte nøkkelordene og samlet dem til større dimensjoner. Jeg så hvilke nøkkelord, som representerte de samme standpunktene og samlet dem men tanke på at abstraksjonsnivået reduseres så snart rammeverktøy og posisjons- eller resonneringsverktøy, separeres fra en spesifikk nyhetshistorie (Van Gorp 2010, s. 95-96).

Steg (4) dreier seg om selektiv koding. Jeg fylte ut tolkningsrammematrisen (forklart og demonstrert i kapittel 2.5 Analysemodell) med alle komponentene. Etter at matrisene var fylt ut, søkte jeg etter logiske kombinasjoner på tvers i rammene. Hensikten med det var å begrense antall rammer som var gjensidig unike, og på den måten meningsfulle hver for seg (Van Gorp 2010, s. 96). Etter analyseprosessen hadde jeg fire gjensidig unike tolkningsrammer.

Etter at et repertoar av rammer er definert, er det i følge Van Gorp (2010) to spørsmål en må spørre seg: Om listen over rammer er fullstendig, og om de rammene du har funnet er de mest dominerende. Det er også ved å gjøre denne øvelsen at en vet en er ferdig med analysen. Dersom en har tekster som ikke passer inn i noen av rammene, er den enten rammeløs eller så tilhører det en ramme som enda ikke er identifisert. Det er tre kriterier som hjelper med å evaluere en rammes egnethet. Det er fylldigheten av rammebeskrivelsen, graden av abstraksjon og egenskapene rammene har til å definere andre saker/problemer (Van Gorp 2010, s. 97). Alle rammene jeg har identifisert beskrives med en omfattende liste av posisjonerings- og resonneringsverktøy og promoterer derfor en spesifikk mening. Rammens beskrivelse er også et uttrykk for hvor dominerende de er i datamaterialet. Alle resonneringsverktøy er komplette og logisk konsistente. Rammerepertoaret definert i denne oppgaven oppleves tilstrekkelig abstrakte i den grad at alle rammene kan bli brukt til å gi mening til andre saker eller debatter, ved at de alle i større eller mindre grad involverer elementer fra generiske tolkningsrammer.

Da analyseprosessen gikk mot slutten, hadde jeg intervjuavtaler med kommunikasjonsdirektørene i Nammo og Kongsberg Defence Systems, og lederne i Norges Fredslag og Changemaker. Hensikten var at empirien jeg opparbeidet i disse intervjuene skulle bidra til å bekrefte eller avkrefte tolkningsrammene jeg hadde rekonstruert i analyseprosessen. I tillegg til at intervjuene kunne bidra med ytterligere opplysninger.

### 3.3 Kvalitativt forskningsintervju

Kvalitative intervjuer er et personlig møte mellom en intervjuer og en informant. Møtet har til hensikt å bringe frem kunnskap omkring bestemte temaer. Intervjueren og informanten inngår i en sosial relasjon der kunnskap produseres. Intervjuets kvalitet vil derfor avhenge av intervjuers erfaring, samt hans eller hennes dømmekraft og innsikter i forhold til spørsmålene og oppfølgingsspørsmålene som stilles (Kvale og Brinkmann 2009, s. 82).

Kvalitative forskningsintervjuer har den fordelen at forskeren kan gå dypere inn i temaet, og produsere kunnskap som er relevant for det aktuelle studiet. Styrken i kvalitative intervjuer ligger blant annet i muligheten til å få utfyllende beskrivelser av informantenes egne erfaringer og perspektiver (Kvale og Brinkmann 2009, s. 116).

Når man gjennomfører et kvalitativt intervju kan det gjøres på forskjellige måter. I denne oppgaven benyttes det som kalles et semi-strukturert intervju. Semi-strukturerte intervjuer kjennetegnes av at temaene det skal spørres om, er definert på forhånd (Østbye m.fl. 2006, s. 102). Semi-strukturerte intervjuer kan defineres som: « [...] an interview with the purpose of obtaining descriptions of the life world of the interviewee in order to interpret the meaning of the described phenomena» (Kvale og Brinkmann 2009, s. 3). Forskeren innehar stor grad av frihet i denne intervjuformen, men intervjuet bør likevel følge en viss grad av struktur som styrer samtalsens retning. I semi-strukturerte intervjuer kan forskeren gjøre valg underveis ut i fra hva han eller hun ønsker å finne ut av (Kvale og Brinkmann 2009, s. 14-15). Det er med andre ord av betydning hvilke tanker intervjuobjektet har om en sak, men det er likevel opp til forskeren å tolke og gjøre seg opp en mening om det intervjuobjektet svarer og forteller. For å ivareta noe struktur kan intervjueren bruke en *intervjuguide*. Det er en oversikt over relevante temaer i forhold til oppgavens mål, og forslag til intervju spørsmål. Guiden kan revideres og endres underveis, men fungerer som et holdepunkt for forskeren for å forhindre at samtalen sporer av i feil retning (Kvale og Brinkmann 2009, s.130). I forkant av intervjuene hadde jeg en klar idé om hvilke temaer jeg ønsket å fremskaffe informasjon- og kunnskap om gjennom utarbeidelsen av den semi-strukturerte intervjuguiden. Samtidig var det viktig for meg å være åpen for nye innsikter og perspektiver som potensielt kunne oppstå fra informantens side. På bakgrunn av dette utviklet jeg intervjuguiden som tillot å stille oppfølgingsspørsmål, dersom det falt seg naturlig og jeg oppfattet at informantens svar potensielt ville kunne tilføre nye og relevante innsikter.

Jeg gjennomførte totalt fire intervjuer, med fem intervjuobjekter. Fra Kongsberg Gruppen intervjuet jeg *Kyrre Lohne* som er kommunikasjonssjef i Kongsberg Defence Systems, han



har jobbet i konsernet siden 1995. I intervjuet deltok også Markedskordinator i Kongsberg Defence Systems *Ragnhild Nilsen*, hun har vært ansatt siden 2000. Fra Nammo intervjuet jeg *Sissel Solum* som er kommunikasjonsdirektør i selskapet. Hun har sittet i stillingen i tolv år. Fra Changemaker intervjuet jeg leder *Ingrid Aas Borge*. Hun har vært leder siden 2012, og aktivt medlem i seks år. Jeg intervjuet også *Alexander Harang*, som er leder i Norges Fredslag og vært det siden 2011. Han ble aktiv i Norges Fredslag i 2003.

De fire intervjuobjektene er alle eksperter på sitt felt og kvalifiseres som *eliteinformanter* (Kvale og Brinkmann 2009, s. 147 og 324). På industrisiden og aktivistsiden kan informantene sies og komplementere hverandre, ettersom de representerer samme interesser på hver sin side. Utvelgelsen av informanter er et strategisk valg, og altså ikke et tilfeldig eller representativt utvalg. Valget er gjort strategisk ettersom disse personene innehar maktposisjoner i selskapene/organisasjonene og oppfattes som de mest egnede til å besvare spørsmålene.

Siden forskeren og informanten møtes personlig, vil den kunnskapen som produseres videre være påvirket av mellommenneskelige faktorer. Et eksempel på en slik mellommenneskelig faktor kan være at informanten påvirkes av maktsymmetri i intervjusituasjonen. Dette er en problemstilling som gjentar seg når en gjennomfører eliteintervjuer (Thomas 1995). Dette skyldes først og fremst at temaet for intervjuet er bedre kjent for informanten enn for intervjueren. For det andre har intervjueren, i dette tilfellet meg, begrenset erfaring med forskningsintervju som metode. For aktivt å minske disse mulige svakhetene knyttet til kvalitative intervjuer generelt, og eliteintervjuer spesielt etterstrebet jeg å skaffe dypest mulig kunnskap og innsikt i temaet. I tillegg utarbeidet jeg et klart formål med gjennomføringen av intervjuene. På den måten formulerte jeg presise spørsmål til intervjuguiden, samt forberedte meg på å kunne stille konkrete og relevante oppfølgingsspørsmål underveis i intervjuprosessen. Det kom som en overraskelse, da jeg møtte til intervjuavtale med Kyrre Lohne i Kongsberg Defence, at også markedskordinator *Ragnhild Nilsen* ønsket å delta i intervjuet. Det kan muligens virke noe inn på maktbalansen det at intervjuobjektet er «overrepresentert». Thomas (1995) peker også på en annen mulig feilkilde i forbindelse med eliteintervjuer. Intervjuobjektet kan komme til å repetere *offisielle versjoner*, eller forsøke å stille bedriften i godt lys. Da ble det viktig for meg som intervjuer å etterstrebe og komme forbi disse frasene. Dersom intervjueren ikke lykkes, kan det bli vanskelig for forskeren å oppnå en dypere innsikt (s.13-14).

I denne oppgavens kvalitative intervjuer har jeg etterstrebet å følge Kvale og Brinkmanns (2009 s. 102) syv steg knyttet til semi-strukturerte intervjuer. Jeg hadde i forkant klart for meg (1) tematiseringen av intervjuet. Både hensikten bak oppgaven og temaet som skulle studeres var klart. Intervjuene inngår i oppgavens (2) metoddesign og alle stadiene i intervjuprosessen ble tatt høyde for. På dette stadiet klargjorde jeg hva slags kunnskap intervjuene skulle forsøke å bidra med, i tillegg til at jeg tok moralske og etiske hensyn i forhold til intervjuobjektene. Jeg forhørte meg med intervjuobjektene om de var komfortable med at jeg tok opp intervjuene på bånd, slik at jeg senere kunne transkribere dem. Vi avtalte at de skulle få gå gjennom og godkjenne de sitatene jeg kom til å bruke i oppgaven. Det ble gjort noen redigeringer fra alle informanter, men ikke i et slikt omfang at mening opplevdes tapt, snarere ble den enda klarere og mer spesifisert. Under (3)gjennomføringen av intervjuene, brukte jeg en semi-strukturert intervjuguide som jeg hadde utformet på forhånd. Den gjorde at jeg tilpasset og reviderte spørsmål underveis i samtalen. Både intervjuet med Kyrre Lohne og Ragnhild Nilsen fra Kongsberg Defence Systems og intervjuet med Alexander Harang fra Fredslaget ble gjennomført 26. september 2013. Intervjuet med representantene fra Kongsberg Defence Systems varte i 1 time og 51 minutter, mens intervjuet med Alexander Harang fra Fredslaget varte i 1 time og 37 minutter. Intervjuet med Ingrid Aas Borge, lederen i Changemaker ble gjort 9. oktober 2013 og varte i 1 time og 22 minutter. 14. oktober 2013 intervjuet jeg Nammos kommunikasjonsdirektør, Sissel Solum. Intervjuet varte i 1 time og 40 minutter. Etter intervjuene var gjennomført, (4) transkriberte jeg dem. Så utførte jeg (5) analysen med hensyn til at jeg ønsket å bekrefte eller avkrefte tolkningsrammene jeg kom frem til i rammeanalysen. Måten jeg gjorde det på, var å se om jeg fant steder der intervjuobjektet brukte nøkkelordene, og/eller posisjonerings- og resoneringsverktøy identifisert i tolkningsrammene. I tillegg fikk jeg ytterligere og dyptgående informasjon. Intervjuene ble gjennomført på et tidspunkt der alt datamateriale var innsamlet og analyseprosessen tilnærmet ferdigstilt, ettersom jeg på det tidspunktet hadde atskillig bakgrunnsinformasjon.

Intervjuresultatene evalueres med hensyn til (6) kvaliteten, som er avhengig av blant annet validiteten og reliabiliteten. Endelig var (7) rapporteringen viktig for å kunne utforme et lesbart produkt som mestrer å etterleve vitenskapelig kriterier (Kvale og Brinkmann 2009, s. 102). Disse to siste punktene omtales grundig i neste avsnitt som omhandler oppgavens kvalitet knyttet hovedsakelig til reliabilitet og validitet.

### 3.4 Oppgavens kvalitet: Reliabilitet, validitet og generalisering

De syv punktene viser at det ligger det mye arbeid både i forkant og i etterarbeidet av forskningsintervjuer. Gjøres dette arbeidet godt, bidrar det til styrket kvaliteten på resultatet (Kvale og Brinkmann 2009). Med kvalitet siktes det til reliabilitet, validitet og generalisering.

Vanligvis blir rammer beskrevet i dybden og ingen kvantifisering blir gitt. Selv om de fleste av disse studiene er veldokumenterte og gjennomarbeidet i diskusjonen omkring tolkningsrammer, er det vanskelig å si akkurat hvordan rammen er ekstrahert ut fra datamateriale. Dette reiser spørsmål ved forutinntatthet i utvalget og robustheten av de rammene som blir identifisert. Forskere som benytter tolkningsrammeanalyse løper derfor alltid risikoen med å oppdage rammer som de bevisst eller ubevisst leter etter (Tankard 2001, Matthes og Kohring 2008). Tankard (2001) peker på at det knytter seg en viss fare til det han kaller «lone-scholar» analyse. Han frykter at uten en systematisk tilnærming for å definere mulige rammer, kan forskeren tendere og finne rammer han eller hun bevisst eller ubevisst ser etter (s.98). Kritikken knyttes også til vanskeligheter med å vise forholdet mellom den abstrakte rammen, og et mønster av elementer i en nyhetstekst som fremkaller en ramme hos mottaker. Et poeng som kompliseres ytterligere med det faktum at en prinsipielt ikke vet hvor mange rammelementer som må være tilstede i en tekst for å generere en effekt (Hertog & McLeod 2001).

Den spesifikke analysemetoden til Gamson og Lasch (1983) som brukes i denne oppgaven har møtt innvendinger i form av at fremgangsmåten for analysen, er en hermeneutisk-kvalitativ prosedyre, hvor forskeren induktivt samler inn datamateriale. Metoden blir blant annet kritisert for å mangle informasjon om hvordan tolkningsrammene ble analysert i oppgaven (Scheufele og Scheufele 2010, s. 121).

Forsvaret mot kritikken peker på at rammemodellen skiller seg fra mange andre hermeneutisk-kvalitative studier, med sin systematiske datainnsamling i matrisen. Metoden ser som kjent etter elementer som bygger opp rammeverktøy og posisjoneringsverktøy, og datamatriksen kan dermed vise hvordan forskeren har gått frem i prosessen med å identifisere tolkningsrammene (Gamson og Lasch 1983). Det betyr at modellen hjelper forskeren i gang med å generere spørsmål til analysematerialet, og til å systematisere analysen. Analysemodellen gir dermed denne oppgaven et solid grunnlag for å strukturere og sikre gjennomføring av den kvalitative innholdsanalyse. En kan nesten påstå at verktøyene fungerer

som bevismateriale på at tolkningsrammene eksisterer, eller ikke, i tekstene. Matrisen gjør det også mulig å etterprøve resultatene, sett i sammenheng med et utvalg av eksempler fra de analyserte tekstene i datamateriale. Modellen kan hevdes å gi en viss struktur og systematikk, men kan like fullt kritiseres for ikke å operasjonalisere verktøyene i tilstrekkelig grad. Matrisen som oppsummerer tolkningsrammen kan ligne på en tabell, men i stedet for tall som brukes i kvantitative analyser, er det her tekst som utgjør matrisens innhold (Grønmo 2007, s.255). Hvis en på et senere tidspunkt ønsker å gå videre med oppgaven, kan matrisen for eksempel brukes som kategorier i en kvantitativ innholdsanalyse (Gamson og Lasch 1983, s. 401).

Reliabilitet, validitet og generalisering er begreper som ofte bare diskuteres eksplisitt i kvalitative studier. I og med denne oppgaven har en fullstendig kvalitativ tilnærming, vil i all hovedsak reliabiliteten være vanskelig å sikre, mens validiteten vil være bedre. Ved bruk av kvalitative metoder er hensikten ofte ikke kun å fastslå i hvilken grad en problemstilling og et funn er representativt og generaliserbart. Det kan også være for å oppnå forståelse av dynamikken som fins i den konteksten som studeres. Om ikke funnene i seg selv kan generaliseres direkte, kan ofte dynamikken innenfor slike sosiale settinger generaliseres (Østbye m.fl. 2006, 119). «Kvaliteten til samfunnsvitenskapelige data kan ikke vurderes på en helt generell måte. Kvaliteten må sees i forhold til hva datamateriale skal brukes til. Hensikten med datamaterialet er at det skal brukes til å belyse bestemte problemstillinger. Datamaterialets kvalitet er høyere desto mer velegnet materialet er til å belyse disse problemstillingene» (Grønmo 2007, s. 217). Som i mange humanistiske studier er det ikke til å unngå at personlige egenskaper har influert valgene jeg har gjort i oppgaven, hvordan jeg har studert, og hvorfor jeg har studert nettopp dette temaet (Kuypers 2010, s. 291).

*Reliabiliteten* sier noe om hvorvidt behandlingen av data er nøyaktig og pålitelig (Østbye m.fl. 2006, s. 40). Mangler det en pålitelig datainnsamling, vil en ikke kunne utføre en gyldig analyse. Dette gjelder kvaliteten på selve datainnsamlingen, samt bearbeidingen og analysen av dataene (Grønmo 2007, s. 220-221). Målet ved å styrke reliabiliteten i en studie er å minimere påvirkningsfaktorer og feil i datainnsamlingen, eller analysen (Yin 2009, s.45). Det er lettere å oppnå høy reliabilitet i kvantitative analyser enn i kvalitative analyser ettersom datainnsamlingen foregår systematisk og det samme resultatet er lettere å oppnå på tvers av forskere og kontekst (Scheffele og Scheffele 2010, s. 120-122). Datainnsamlingen i denne oppgaven er forsøkt godt beskrevet og dokumentert på en detaljert måte, slik at det kan bli

gjort rede for hvordan jeg har gått frem. Dette gjøres fordi det skal bli lettere for andre og gjenta eller teste oppgaven, på den måten styrkes reliabiliteten (Grønmo 2007, s. 231).

I kvalitative studier er det viktigere at utvalget er relevant for temaet i oppgaven og at det egner seg til å belyse problemstillingen, enn at enhetene er tilfeldig valgt. Denne utvalgsmetoden i kvalitative studier kan kalles strategisk, og den har som hensikt å skape helhetsforståelse eller teorigenerering (Grønmo 2007, s. 88-89). I denne oppgaven er utvalget for innholdsanalysen strategisk med tanke på valg av aviser som har ulike markedsposisjoner, mens tidsperioden forsøker å reflektere en realistisk dekning de siste tre år, for å skape et mest mulig riktig inntrykk av dekningen. Valget av intervjuobjekter er også strategisk i form av egne og virksomhetenes syn på hvem som var best egnet.

Reliabiliteten i en innholdsanalyse kan drøftes ut fra graden av intern og ekstern konsistens. Intern konsistens vil si at de ulike dataelementene i en analyse fremstår rimelige sett i forhold til hverandre. Det kan for eksempel være at elementene i en tolkningsramme underbygger en hoveddrømme, eller at de aktuelle tolkningsrammene til sammen dekker essensen i mediedekningen. En ekstern konsistens dreier seg om forholdet mellom de innsamlede data og andre relevante opplysninger. Dataene fremstår som pålitelige dersom de samsvarer med andre tilgjengelige data, som for eksempel tidligere undersøkelser eller lignende fenomener i samfunnet. Likevel kan en inkonsistens med etablerte forhold i samfunnet bety et funn i analysen, og ikke nødvendigvis lav reliabilitet (Grønmo 2007, s. 230-231).

Ved å trekke paralleller mellom de tolkningsrammene jeg har identifisert i min analyse og generiske tolkningsrammer, og ved å lage et systematisert skjema prøver jeg å forenkle prosessen med å etterprøve oppgaven. Dette for blant annet å styrke reliabiliteten.

I intervjuer, beregner en reliabiliteten ut i fra hvor konsistent og tillitsfull forskningen er. Reliabiliteten styrkes for eksempel dersom intervjuobjektet ikke endrer sine svar i løpet av intervjuet. Dette undersøkte jeg ved å stille tilnærmet like spørsmålet i ulike faser av intervjuet, for å sjekke om informantens svar endret seg. Jeg unngikk også i så stor grad som mulig å stille ledende spørsmål. Reliabiliteten styrkes gjennom at jeg inkluderte aspektene som opplevdes under intervjusituasjonen, men som den transkriberte versjonen ikke byr på (Kvale og Brinkmann 2009, s. 178,183-184). Måten intervjuobjektet ordla seg på og kroppsspråket intervjuobjektet brukte, kommer ikke frem i en transkribering. Ettersom jeg gjennomførte begge deler selv med kort tidsmellomrom, fikk jeg likevel ivaretatt denne informasjonen.

*Validitet* har å gjøre med hvorvidt en forholder seg til det en ønsker å forholde seg til, det vil si i hvilken grad metodedesign og operasjonalisering gir relevante innsikter i forhold til den overordnede problemstillingen (Østbye m.fl. 2006, s. 39). «Validitet dreier seg om datamaterialets gyldighet for de problemstillingene som skal belyses. Validiteten er høy hvis undersøkelsesopplegget og datainnsamlingen resulterer i data som er relevant for problemstillingen» (Grønmo 2007, s. 221). Ettersom validitetsbegrepet er mindre presist, og mer komplekst enn reliabilitetsbegrepet, er validitetsvurderinger som regel mer kompliserte enn reliabilitetsvurderinger. Det finnes ingen enkle kriterier for hva som betraktes som tilfredsstillende validitet. Det finnes heller ingen presise mål på validitet, og det er ikke mulig å teste eller beregne validiteten på en eksakt måte (Grønmo 2007, s. 237).

Validiteten i denne oppgaven kan vurderes ut fra om innholdsanalysen og forskningsintervjuene gir svar på problemstillingen, oppgavens mål og hensikt. Kvale og Brinkmann hevder validiteten er viktig i alle stegene av en undersøkelse og argumenterer for dette blant annet med at kvaliteten av et intervju vil være avhengig av hvem som intervjues, og hvilke spørsmål som stilles til disse intervjuobjektene (Kvale og Brinkmann 2009, s. 172-173 og 241). På samme måte vil innholdsanalysens validitet påvirkes av hvilke tekster som analyseres, og igjen hvilke elementer som regnes som viktige i disse tekstene.

Jeg har etterstrebet å peke på solid argumentasjon inklusive gyldige argumenter bygget på tilstrekkelig kvalitetsbevis produsert gjennom nærlesning og fortolkning av konteksten. Jeg har prøvd i mest mulig grad å legge til rette for at leserne av denne oppgaven kan være enige i funnene. Dette involverer ikke personlig smak eller preferanser, og det dreier seg ikke om å konstruere perspektiver som alle er enige i, men å konstruere perspektiver som alle kan skjønne hvordan jeg kom frem til (Kuypers 2010, s. 292 – 298). For å fremstille dette så konkret som mulig har jeg trinnvis fulgt Van Gorp (2010) sin fremgangsmåte for kvalitativ tolkningsrammeanalyse (se kapittel 3.2 Analyseprosedyre). På den måten blir det tydelig hvilken rekkefølge jeg har jobbet i, hva jeg har gjort på de ulike trinnene, og hvordan jeg kom frem til funnene.

For å styrke analysens validitet, gjennomførte jeg en validitetstest. Jeg fikk en masterstudent som også jobbet med samme analysemetode, og dermed kjente godt til dens kriterier, hensikt og fremgangsmåte, til å teste min analyse. Testen ble gjennomført når analysen var komplett og matrisene ferdig utfylt. Medstudenten min fikk først se de fire analysematrisene, deretter fikk han et utvalg på fem artikler for hver ramme. Til sammen leste han tjue artikler. Deretter vurderte han dem opp i mot tolkningsrammematrisen til hver av de

fire individuelle rammene. Så ga han en meg en muntlig bedømmelse av hvorvidt han var enig i mine vurderinger og tolkninger. Det var han i stor grad, men kom også med et par forslag som var med på å spisse budskapet i tolkningsrammematrisen ytterligere.

Kvaliteten på intervjuet måles, i følge Kvale og Brinkmann (2009), gjennom styrken og verdien av den kunnskapen intervjuet produserer (s.17). For å sikre verdifull kunnskap under intervjuene stilte jeg oppfølgingsspørsmål eller ba om bekreftelse når jeg opplevde at svarene fremsto tvetydig, for å forsikre meg at jeg forsto svaret riktig. Slike forsøk på å fortolke og verifisere egne fortolkninger fra forskerens side underveis i intervjuet, kan bidra til økt validitet og reliabilitet i intervjuet. Validiteten, som en følge av at en får dypere innsikt i temaene som blir tatt opp i intervjuet. Reliabiliteten, ettersom en får bekreftet eller avkreftet ulike fortolkninger av informantens svar underveis i intervjuprosessen (Kvale og Brinkmann 2009, s. 164).

Det er tre ulike krav til validitet knyttet til kvalitative studier. Disse kravene gjelder altså både for kvalitativ innholdsanalyse og kvalitative forskningsintervjuer. For det første spiller forskeren selv en viktig rolle i hvordan materiale innsamles og analyseres. En forskers subjektive utgangspunkt bør derfor tas hensyn til i kvalitative analyser, et kvalitetskrav som kan kalles *kompetansevaliditet*. Denne validitetstypen refererer til forskerens egne erfaringer, forutsetninger og kvalifikasjoner som igjen kan påvirke undersøkelsesopplegget (Grønmo 2007, s. 234-235 og 373).

Jeg valgte bevisst å legge intervjuene i denne oppgaven mot slutten av oppgaveløpet, fordi jeg på dette tidspunktet hadde opparbeidet meg mest mulig kunnskap gjennom innholdsanalysen, aktørenes måte å kommunisere og vektlegge ulike faktorer på. Ettersom min erfaring med forskningsintervjuer i seg selv er begrenset, ga det meg sikkerhet og trygghet i form av at jeg da hadde opparbeidet dyptgripende kunnskap på feltet, slik Kvale og Brinkmann (2009) anbefaler (s. 166-167).

Et annet krav til validiteten er den *kommunikative* validiteten. Grønmo forklarer den kommunikative validiteten med den styrken diskusjoner med andre kan ha på forskningsarbeidet (Grønmo 2007, s. 235). Kommunikativ validitet involverer testing av validiteten gjennom å vurdere forskerens argumenter mot andres argumenter (Kvale og Brinkmann 2009, s. 253). Underveis i oppgaven har jeg gjennom møter med veileder, og samtaler med medstudenter, fått innspill som har bidratt til at svakheter og mulige problematikker i metodedesignet og analysen er blitt avdekket. I tillegg har jeg deltatt på politiske orienteringer og debatter, hvor jeg har spurt spørsmål til sentrale politikere for å teste

funn. Ved at jeg også har fulgt virksomhetene på nettsider og sosiale- og tradisjonelle medier, bidrar det til at jeg jevnlig får et inntrykk av andres argumenter sammenlignet med mine. Dette kan sies å bidra til å styrke den kommunikative validiteten.

Tredje og siste validitetskrav kalles *pragmatisk* validitet. Her vurderes det hvorvidt oppgaven danner grunnlag for videre handlinger (Grønmo 2007, s. 236-237). For eksempel kan et studies funn skape interesse for videre undersøkelser, eller resultere i en revurdering av etablerte synspunkter rundt et tema. Observasjoner eller tolkninger må føre til handling eller endring for at den pragmatiske validiteten skal styrkes (Kvale og Brinkmann 2009, s. 256-257). Dette vil være et kvalitetskrav jeg først vil få bekreftelse på etter at oppgaven er publisert.

Det presiseres at målet ved metodene som er brukt i denne oppgaven, er dyp forståelse. Hva som skaper validitet i kvalitative, fortolkende humaniora-studier, skiller seg fra hva som skaper validitet i de naturvitenskapelige kvantitative metoder (Kuypers 2010, s. 293). Selv om metoden kritiseres for å være subjektiv, sverger Kuypers (2010) til at det ikke er noe poeng å ta subjektiviteten ut av den fortolkende analysen, for heller å dyrke objektiviteten. Han påpeker at subjektive egenskaper kan styrke analysen. Denne type analyse er begrunnelsesaktivitet, den eksisterer ikke bare for å lansere et funn. Funnet blir forklart, begrunnet, og kjent informasjon blir delt for å støtte opp om begrunnelsen for funnet. I denne prosessen må en bruke logisk integritet, altså vise sammenkoblingen mellom en påstand og hvordan du beviser den (s. 292-296). I vurderinger gjort underveis i analysen gjennomført i denne oppgaven, har jeg jobbet i en hermeneutisk spiral hvor jeg hele tiden har vekslet mellom teori og empiri, for på den måten å se funnene i sammenheng med den teoretiske bakgrunnen (Grønmo 2007, s.74).

*Generalisering* handler om hvorvidt analysens funn er gyldige utover det eksakte materiale og det eksakte tidspunktet som undersøkes (Neuendorf 2002, s. 112-115). Generaliseringens siktemål er dermed å treffe slutninger utover fenomenene som blir studert og analysert i en undersøkelse (Østbye m.fl. 2006, s. 41). Tolkningsrammebegrepet har en iboende subjektiv karakter, ettersom begrepet ofte kobles mot bestemte saker eller tema. Med bakgrunn i det, er det flere forskere som ser til tidligere studier av tolkningsrammer, for på den måten å styrke eget studie gjennom å øke generaliserbarheten. Ved å bruke operasjonaliserte begrep og standardiserte fremgangsmåter styrkes generaliserbarheten i analysen, noe tolkningsrammeforskning ofte kritiseres for å ha i liten grad (Nisbeth 2010, s. 45). Siden det i denne oppgaven ble brukt kvalitative metoder for å besvare problemstillingen



– og med bakgrunn i at utvalget ikke er tilfeldig og basert på strategiske avveininger knyttet til oppgavens formål – er ikke funnene statistisk generaliserbare. I stedet kan en snakke om analytisk eller teoretisk generalisering med hensyn til bredere teori (Yin 2009). Østbye (2007) setter problematisering av generaliseringsbegrepet på spissen i forbindelse med kvalitative studier: Det at enhver situasjon er unik, gjør det tilsynelatende umulig å generalisere, for generalisering forutsetter en forenkling (s. 237). Det vil likevel være slik at slutninger fra enkelttilfeller vil kunne forklare det vesentlige, og det mindre vesentlige i en studie. En slik detaljert beskrivelse av en situasjon kan være en forenkling av virkeligheten, selv om graden av forenkling vil og kan variere.

Van Gorp (2010) sitt bidrag omkring subjektiviteten i tolkningsrammeanalyse hevder at subjektiviteten er en distinkt karakter ved metoden. Han råder likevel til å fase ut subjektiviteten gjennom forskjellige virkemidler, blant annet gjennom sine «fire steg for å ta subjektiviteten ut av tolkningsrammeanalysen». Dersom disse følges på en strikt måte mener Van Gorp det er mulig å distansere seg fra subjektiviteten. Han skriver han at noen kan argumentere for at hans firestegs-metode nettopp er den som bringer inn subjektivitet, men han konkluderer likevel med at en viss grad av subjektivitet i en kvalitativ tolkningsrammeanalyse nok alltid vil være uunngåelig (Van Gorp 2010, s. 103).

Generaliserbarheten handler om å gjøre ens fortolkninger eksplisitte, slik at lesere, ut fra rapporteringen av oppgaven kan bedømme om funnene er holdbare (Kvale og Brinkmann 2009, s.265, Ihlen 2007, s. 18). Dette ivaretas i denne oppgaven også av den trinnvise analyseprosessen til Van Gorp (2010). Ettersom hovedpoenget med tolkningsrammeteknikken er å få dypest mulig innsikt i manifestasjonen av flere tekstlige egenskaper som passer sammen, er hvorvidt det finnes en grad av subjektivitet i analysen ikke det viktigste. «[...]/formålet med kvalitative analyser er å utvikle helhetlig forståelse av spesifikke forhold» (Grønmo 2007, s. 263). Å finne ut hvordan rammeverktøy og posisjons- eller resonneringsverktøy jobber sammen under *en overordnet idé* er kjernen i tolkningsrammeanalysen (Van Gorp 2010, s. 103).

I neste kapittel presenteres og eksemplifiseres tolkningsrammefunnene fra analysen. Først for industrien, så for aktivistene.

## 4 Tolkingsrammer om norsk våpenindustri

Når aktører former offentlige debatter og fyller dem med fakta, innhold og mening, kan de på en konstruktiv måte bidra til en offentlig forståelse av en kompleks sak (Van Grop 2010, s. 104). I dette første av to analysekapitler presenteres rekonstruksjonen av de indentifiserte tolkningsrammene som jeg mener analysen viser at tas i bruk på aktørenes eget initiativ, eller de omtales med i aviser. Hvorvidt det er aktørene som selv har konstruert rammene i utgangspunktet, analyseres ikke, men refleksjoner omkring rammenes opprinnelse omtales i neste kapittel.

Innholdsanalysen resulterte i tre tolkningsrammer for industrien, og én for fredsaktivistene. Ved å gjennomføre tolkningsrammeanalysen i henhold til Van Gorps (2010) fire steg for å ta subjektiviteten ut av rammen, kom jeg til slutt frem til fire rammer med grunnleggende kvaliteter som skiller dem fra hverandre. Dermed er de meningsfulle hver for seg. Jeg har valgt å kalle rammene «eventyr-rammen», «jussrammen», «forsvarsrammen» og «uansvarlighetsrammen». Andre forskere vil muligens kunne rekonstruere andre, eller flere tolkningsrammer. Jeg mener likevel at med min konkrete gjennomgang av hvordan jeg samlet inn datamateriale – og hva jeg gjorde på hvert av Van Gorps (2010) fire steg for analyse, vil det være mulig for andre forskere å ha samme analyseutgangspunkt. På den måten kan andre forskere sette seg inn i og forstå hvordan jeg kom frem til mine funn, selv om deres funn nødvendigvis ikke vil være like.

Hver av de fire rekonstruerte rammene bidrar med synspunkt som igjen kan bidra til å forstå norsk våpenindustri. I en tolkningsrammeanalyse bør det alltid identifiseres en rekke alternative rammer. En viktig sosial problemstilling eller sak bør ikke domineres av kun én enkelt ramme. Alternativer fører til en bedre forståelse, og det er først dersom flere rammer blir identifisert, at de blir sosialt relevante (Van Gorp 2010, s. 103-104).

I noen avisomtaler brukes kun én av tolkningsrammene, mens andre ganger brukes flere tolkningsrammer i samme artikkel. Når flere aktører har ulike, og kanskje også til dels svært motstridende tolkninger, oppstår rammekonkurranse. I rammekonkurransen brynes aktørenes forskjellige virkelighetsforståelser mot hverandre. I avisomtalen kan de være skrevet av journalisten på bakgrunn av informasjon, kunnskap eller faktagrunnlag han eller hun har fått av strategiske aktører som for eksempel Kongsberg Gruppen eller Fredslaget. Men også når

avisene velger å trykke nettopp en aktørs kronikk eller debattinnlegg får aktøren gjennomslag for sin tolkningsramme. Kunnskapen om hvilke rammer journalister foretrekker er en verdifull ressurs for bedrifter som Nammo og Kongsberg Gruppen, og ikke-statlig organisasjoner, slik som Norges Fredslag og Changemaker (Ihlen 2007).

Kapittelet er lagt opp slik at de fire rammene utbroderes hver for seg ved først å gi en innføring i rammen, dens kjerneposisjon, samt tilhørende ramme- og posisjoneringsverktøy. Deretter underbygges rammen med eksempler hentet fra avisomtale i datamaterialet, og suppleres med uttalelser fra eliteintervjuene. Jeg lar også representantene med konkurrerende eller motstridende perspektiv til tolkningsrammen få komme med sine synspunkter og refleksjoner om tolkningsrammens budskap. Hver tolkningsramme oppsummeres til slutt skjematisk i matrisen inspirert av Gamson og Lasch (1983). Det finnes også et vedlegg for hver av rammene som tjener som et konkret og fullstendig eksempel på en avisomtale som inneholder rammen. Elementer i rammene er utvilsom konstruert av aktørene selv, men brorparten har også sammenfallende verdier med mediens generiske tolkningsrammer. Når disse forenes med aktørenes spesifikke, oppnår de større gjennomslagskraft.

## 4.1 Norsk forsvarsindustri er et industrieventyr

Norsk våpenindustri blir, i mitt datamateriale, oftest omtalt innenfor det som her kalles «eventyr-rammen». Eventyr-rammen, slik den oppfattes i denne oppgavens datamateriale, byr på beskrivelser av hvordan både Nammo og Kongsberg Gruppen gjennom lang erfaring og god støtte har internasjonale ambisjoner og blir stadig viktigere på det globale handelsmarkedet. Rammen preges av en positiv tone hvor hovedbudskapet er at den norske forsvarsindustrien er et stort nasjonalt industrieventyr. I det ligger det at veksten, utviklingen og posisjonen en har opparbeidet seg i utlandet og i næringen, i tillegg til alle arbeidsplassene en tilfører landet, er eventyrlig bra. Industrien har hatt en røff vei å gå og har vært truet med konkurser og nedleggelse flere ganger. Mot alle odds har de ikke bare lyktes, men de er blitt noen av de beste i verden på sitt felt. *Kjernerammen* forteller at våpenindustrien er et stort og nasjonalt industrieventyr. Rammen konstrueres av rammeverktøyene som satt sammen gir et samlet budskap om at vi som nasjon tilbyr ingeniørkunst i verdensklasse. Rammeverktøyene for eventyr-rammen er *troper* som «nytt sort gull» og kan *eksemplifiseres* gjennom uttalelser som «en industri som styrker troen på at Norge kan overleve også etter at oljen tar slutt. *Slagord* som beskriver rammen er for eksempel «State of the art», et begrep som brukes om

varene de produserer. Rammens bruk av *beskrivelser* er for eksempel: som en liten nasjon som på tross av et spesielt hardt marked, har dyrket frem noe av det ytterste innenfor ingeniørkunst, og Norge imponerer verdenssamfunnet ved å kunne tilby de mest avanserte og effektive varene på markedet. Nammo og Kongsberg Gruppen opplever eventyrlig suksess og hyrer flere småbedrifter rundt omkring i landet når de lander kontrakter. På den måten får mange nytte godt av industrilokomotivene Nammo og Kongsberg Gruppen, og får ta del i suksesshistorien. Den suksessfulle våpenindustrien sikrer mange arbeidsplasser, og oppnår sentrale posisjoner som hjørnesteinsbedrifter i distriktene. Rammes vilkårene industrien har, er med på å sikre disse arbeidsplassene og sees på som svært nødvendige, samt god distrikt-, så vel som næringspolitikk.

Posisjoneringsverktøyene plasserer eventyr-rammens *kjerneposisjon* i stoltheten over det norske industrieventyret som er bygget opp nærmest med «tomme hender» på Raufoss og i Kongsberg. Deres leveranser er eksepsjonelle og unike i verdenssammenheng. Industrien har stor betydning for lokalsamfunnene der bedriftene befinner seg, i tillegg til at de bidrar til industrielle ringvirkninger, samt økonomiske gevinster i form av avkastninger til eierne. Ettersom staten eier 50 prosent av Nammo og 50,001 prosent av Kongsberg Gruppen, kommer de store overskuddene og gode resultatene hele Norges befolkning til gode. Rammene peker til *årsaker* som at dette er historiske bedrifter med mange gamle og stolte røtter. De er godt etablerte i lokalsamfunnene, og det ville være et stort tap om de forsvant. *Konsekvenser* av denne posisjonen gjør at vi bemerker oss i det internasjonale samfunnet ved å tilby noe alle lands forsvar ønsker seg, på den måten er vi aktuelle og attraktive. Dersom det ikke hadde vært for Kongsberg Gruppen og Nammo, hadde mange vært uten arbeid, og stabile inntekter. Rammen appellerer til implisitte *prinsipper* som at industrien bør dyrkes, slik at en kan fortsette å høste frukter av ingeniørkunsten. Det aller viktigste er å ta vare på arbeidsplassene. I artiklene som bygger på eventyr-rammen brukes et vokabular satt sammen av *nøkkelord* som for eksempel: industrieventyr, eventyrlig, arbeidsplasser, stolthet, «state of the art», gode resultater, overskudd, verdifulle spin off-produkter, rekordresultater, omsetningsvekst, lyse framtidsutsikter, ingeniørkunst og betydelig bidragsyter.

Eventyr-rammen fungerer godt mediestrategisk, og har god levetid ettersom den har høy kulturell resonans (Gamson og Modigliani 1989). Den spiller på faktorer som er godt kjent. I rammen forekommer det ofte *eventyrlige* resultater og kontrakter. Enda større og bedre enn det man tidligere har oppnådd. Tradisjonelt inneholder eventyret en rekke

sjangerspesifikke kjennetegn som for eksempel det gode mot det onde og David mot Goliat. Hovedpersonen er gjerne en *antihelt*, for eksempel yngst eller minst. Helten gjennomgår ofte en reise med en rekke prøvelser og utfordringer underveis som til slutt overvinnes, og harmoni og balanse oppstår (Ørjasæter, 1982). Her kjenner en igjen Norge som en liten stat uten de beste forutsetninger, men som likevel har opparbeidet seg en respektabel posisjon som styrkes år for år, selv om konkurrentene er både større og sterkere.

Et eksempel på eventyr-rammen kan hentes fra Dagens Næringsliv (22.3.2013). En av undertitlene i artikkelen lød: «Har aldri tjent så mye», og Edgars Fossheim, konsernsjef i Nammo, siteres: «Vi har aldri tjent så mye som vi gjorde i fjor, med en resultatmargin på 14,1 prosent. Det er vi *stolte* av» [min kursivering]. Med denne uttalelsen bruker Fossheim et ord som ofte uttales i forbindelse med norsk våpenindustri, nemlig ordet *stolt*. Det er et av nøkkelordene i tolkningsrammen, og det går ofte igjen. Videre skriver Dagens Næringsliv at «Nammo, som eies 50 prosent av den norske stat, tjener godt på salg av våpen og ammunisjon. Av et resultat etter skatt på 319 millioner vil 80 millioner havne i statskassen». De rekordstore resultatene og overskuddene statskassen kan glede seg over får mange overskrifter i noen av avisene. Spesielt i Dagens Næringsliv, som har en økonomisk vinkling på dekingen av våpenindustrien.

Et annet eksempel finnes i en artikkel som ble publisert i forbindelse med at Norge blant annet skulle oppgradere gamle, og kjøpe nye panservogner for ti milliarder. I den forbindelse gikk Kongsberg Defence Systems inn som underleverandør til BAE Systems i Sverige. Eirik Lie, direktør i Kongsberg Defence Systems uttalte i den forbindelse: «Vi er meget *stolte* over å bli valgt som systemintegrator og partner av en ny, moderne og fremtidsrettet nettverksbasert løsning for kjøretøy» [min kursivering] (Lagendalsposten.no 21.6.2012). Igjen trekkes det frem at virksomheten er meget stolt.

Nok et eksempel som tar opp rammens vokabular, er Kongsberg Gruppens Konsernsjef Qvams uttalelse til Dagens Næringsliv: «Vi har hatt et *veldig godt år*, sier konsernsjef Walter Qvam i Kongsberg Gruppen til Dagens Næringsliv 15.2.2011. og legger til at «leveransene til det kommende jagerflyet F-35 går som planlagt, og *at utsiktene fremover er gode* både på den sivile og militære siden» [min kursivering] (Dagens Næringsliv, 15.2.2011, s. 20). Her snakker lederen gledelig om et veldig godt år, og det vektlegges at også framtidsutsiktene er gode, slik mye av den generelle omtalen om Nammo og Kongsberg Gruppen oppfattes.

17.2.2011 tar Kongsberg Gruppen «Viktige skritt mot *milliardkontrakt*». Det melder Laagendalspostens nettavis, lokalavisen som dekker Kongsberg. Igjen er det konsernsjef Walter Qvam som kommenterer saken: «Informasjonene fra US Army er en bekreftelse på den *ledende posisjonen* Kongsberg Gruppens CROW-system (Common Remotely Operated Weapon System) har, både når det gjelder *kvalitet og ytelse*. Denne nyheten er meget oppmuntrende for oss i forkant av den kommende konkurransen for neste fase av CROWS-programmet [...] med *produksjonserfaring og kapasitet*, så vel som inngående kjennskap til CROWs-designet og evne til å tilpasse seg volumendringer, gjør dette at Kongsberg Gruppen har en *meget konkurransedyktig* posisjon forut for US Armys kommende konkurranse, sier konsernsjefen» [min kursivering] (Laagendalsposten.no 17.2.2011). Nok en gang kommer det frem at denne næringsvirksomheten dreier seg om store pengebeløp. Den ledende posisjonen selskapet har internasjonalt bekreftes, og forretningsfortrinnet med kvalitet, ytelse og konkurransedyktigheten trekkes frem. En kjenner godt igjen ordlyden fra tolkningsrammen, og nøkkelordene som er gjenkjennes er mange.

Det samme gjelder en annen artikkel et par måneder senere i lokalavisen. «Utviklingen av JSM [Joint Strike Missile] og integrasjon på F-35 er en bekreftelse på Kongsberg Gruppens *ledende posisjon* som leverandør av missiler og vil kunne gi oss forretningsmuligheter *i flere tiår fremover*. Med den interessen vi har sett fra de andre F-35 partnernasjonene, vil JSM bygge oppunder de *vekstambisjonene* Kongsberg Gruppen har» [min kursivering] uttaler konsernsjef Walter Qvam til Laagendalsposten.no 12.4.2011. Videre i saken som har overskriften «KOG får ja fra regjeringen» blir det klart at fremtidig fullskala JSM-program, vil kunne gi over *450 arbeidsplasser* i Kongsberg Gruppen. Momentet med å skape, og ikke minst beskytte arbeidsplasser, står svært sterkt i eventyr-rammen. Det fremstår som en bærebjelke, med alle sine positive ringvirkninger.

Under overskriften «Neste generasjon flyammunisjon» i Nammos lokalavis, Oppland Arbeiderblad, presenterer Nammo sin panserbrytende ammunisjon «med egenskaper ingen andre kan vise til». «Det er i seg selv svært avansert å lage panserbrytende våpen. Tilsvarende krevende er det å lage presise eksplosiver. I Apex (navnet på ammunisjonen) har vi klart å forene disse kravene. Dette er *uhyre komplisert*, og vi er sikre på at *ingen i verden kan vise til maken*» [min kursivering], sier Ola Skrivervik, Nammos direktør for forretningsutvikling (Oppland Arbeiderblad 16.11.2012, s. 6-7). Vokabularet som tas i bruk i uttalelsene fra industrien er gjenkjennelig ved at de tilbyr noe som er ekstremt teknologisk og sjeldent på markedet.

I industriens spesifikke eventyrramme er noen elementer gjenkjennelige med den generiske rammen *økonomiske konsekvenser*. I denne rammen rapporteres en hendelse, et problem eller en sak sett i forhold til hvilke konsekvenser det vil føre til rent økonomisk for et individ, en gruppe, en institusjon, region eller et land (Semetko og Valkenburg 2000, s.96). Den brede konsekvensen av en hendelse er en viktig nyhetsverdi, og økonomiske konsekvenser er ofte omfattende. Industrien frir til en del kulturelle verdier hos befolkningen, og tilpasser tolkningsrammen deretter (Se for eksempel Gamson og Lasch 1983, Van Gorp 2007). Det fokuseres mye på de gode økonomiske resultatene og de mange arbeidsplassene. Eventyrrammen inkluderer appeller til prinsipper om at industri- og næringsvirksomhet bør fremmes, rikdom bør foredles, arbeidsplasser bør sikres og god ingeniørkunst bør eksporteres. En negativ konsekvens dersom en ikke fortsetter videreutviklingen av industrien, er at Norge vil gå glipp av store inntekter og viktig sysselsetting. Eventyr-rammen fungerer godt som mediestoff fordi den forteller en historie publikum er godt kjent med og trives med å lese om. Eventyret om lille Norge som skulle ut i verden og lykkes; på tross av et marked med aktører mye større og sterkere enn oss.

I forskningsintervjuet med kommunikasjonssjef i Kongsberg Defence Systems, Kyrre Lohne uttrykker han stor enighet i omtalen av Kongsberg som et ekte industrieventyr og beskriver det slik:

Forsvarsbransjen skiller seg fra annen industri ved at forsvarsmarkedet er lukket med tanke på nasjonale interesser. Mange land har bestemt seg for at de skal være selvforsynte med forsvarsmateriell og vil dermed ikke importere. Da blir det vanskelig å komme inn med varer utenfra. Når vi likevel lykkes, er det på grunn av teknologi og dyktighet. Vi lager ikke mye, og har dermed et smalt produktsortiment, men det vi lager er til gjengjeld ofte verdensledende. (intervju 26.9.2013)

Markedskoordinator Ragnhild Nilsen, som deltok i det samme intervjuet, supplerer. «Vi er en nisjebedrift på det store markedet. På tross av at landene altså helst skjærer sine innenlandsmarkeder, *er våre produkter så sterke* at de vil vurdere oss» [min kursivering] (intervju med Ragnhild Nilsen 26.9.2013). Til tross for et lukket og konkurransepreget våpenmarked, hvor alle i utgangspunktet kunne tenke seg å være selvforsynt, tilbyr Kongsberg Defence Systems så gode løsninger at de trenger seg gjennom og skaper muligheter. I rammen vekkes det følelsen av at Kongsberg Gruppen har klart å oppnå en viktig posisjon som høyteknologisk utvikler. De blir etterspurt og oppfattes best på det de leverer, til tross for at veien dit har vært vanskelig. Ragnhild Nilsen, markedskoordinator i Kongsberg Defence Systems, forklarer videre i intervjuet:

Vi er en *stolt* leverandør og ønsker ikke å gjemme oss bort på noen måte. Det ligger i hjerteroten at vi er *stolte* over jobben vi gjør, hadde vi ikke vært det hadde vi ikke jobbet her [min kursivering]. (intervju 26.9.2013)

Nilsen bruker flittig eventyr-rammens kanskje mest brukte nøkkelord, *stolt*. Dermed snakker representantene for industrien også i intervjusammenheng mye om stolthet knyttet til egen virksomhet, og bekrefter et viktig nøkkelord i eventyr-rammen. Følelsen av alt man har oppnådd selv med den harde konkurransen, står veldig sterkt, i tillegg til at arbeidsplassargumentet nevnes hyppig og på en måte fremstår som et mål for suksessgrad.

At arbeidsplassargumentet står veldig sterkt i eventyr-rammen, er ikke rart ifølge både Nilsen og Lohne fra Kongsberg Defence System. De mener begge at arbeidsplasser er veldig gode grunner til å ha forsvarsindustri i Norge. Lohne forklarer det slik:

Forsvarsindustrien bidrar stort til verdiskapning i Norge. Samtidig når man ser at den kanskje også er mest fremtredende når det gjelder teknologisk nivå og innovasjon, gir det en ekstra effekt. Følgeeffekten av å ha forsvarsindustri er enorm, sammenlignet med andre bransjer. (intervju 26.9.2013)

FSi (Forsvars- og sikkerhetsindustriens forening) skriver i sin årsberetning at forsvarsindustriens direkte bidrag til nasjonal verdiskapning var på seks milliarder kroner i 2011. Veksten i forsvarsindustrien førte til en verdiskapning på én milliard mer enn i 2010. I tillegg bidro våpenbedriftene til verdiskapning i andre næringer gjennom å bestille varer og tjenester fra ulike underleverandører (FSi, styrets årsberetning 2012, s. 8). Verdiskapningen per årsverk i forsvarsrelatert virksomhet var 1,3 millioner kroner i 2011 (Tvetbråten 2012, s. 14).

Sissel Solum, kommunikasjonsdirektøren i Nammo vektlegger industriens historiske betydning, lokale forankring, stadig fornying og videreutvikling som faktorer som gjør bedriften til et stykke norsk industrieventyr:

For Nammo sin del er nesten alle våre 21 enheter hjørnestensbedrifter i små lokalsamfunn. Virksomhetene våre er drivere i lokalsamfunnet. Det har en nasjonal betydning og nasjonal historie. Vi har veldig stabil arbeidskraft ved våre enheter. Industrien i Norge har klart å overleve en tung industriutvikling gjennom de siste 30 årene. Vi har klart å fornye oss og videreutvikler teknologien. Et konkret eksempel er gassbeholderen til sommergrillen som faktisk er et sivilt 'spin off' fra rakettmotoren vi lager på Raufoss. Dette er et eksempel på et lite stykke industrieventyr. I dag er Nammo en av de fremste i den vestlige verden innen utvikling og produksjon av rakettmotorer. (intervju 14.10.2013).

Solum trekker frem mange av momentene som er kjent i tolkningsrammen. Hun peker på at det gjelder små lokalsamfunn som er avhengige av arbeidsplassene. I tillegg gir hun eksempler på spin off-produkter en kanskje aldri hadde utviklet på norsk jord om det ikke var



for at forsvarsindustrien og teknologien er så villig til å legge til rette for adoptering av teknologien over til sivile formål.

Alexander Harang, leder i Fredslaget, må dessverre si seg enig i at norsk våpenindustrien er et industrieventyr. Det han derimot ikke sier seg enig i, er at det er noe å være stolt av. Han forklarer:

Media omtaler den stadig voksende aktiviteten i Kongsberg Defence Systems og Nammo som industrieventyr og dette er korrekt. Det er et industrieventyr uten like. Når du bare ser på omsetningen innen norsk krigsmaterielleksport har den doblet seg fra den rød-grønne regjeringen gikk inn i 2005 til den nå går ut i 2013. En slik vekst har ikke mange andre næringer i landet vært forunt i perioden. Et kjempeeventyr i så måte. Både krigen i Afghanistan og Irak har gitt enorme industrielle muligheter og ekstrem krigsprofitt til den norske våpenindustrien. (intervju 26.9.2013)

Fra fredsaktivistenes hold poengteres det at til tross for at industrien skaper mange arbeidsplasser og på den måten bidrar til en bedre distriktpolitikk, er det ikke gode grunner til å ha velutviklede våpeneksportfabrikker i Norge.

Changemaker-leder Ingrid Aas Borge mener det er sneversynt å fokusere på arbeidsplasser i distrikts-Norge i debatten om norsk våpenindustri. Hun vektlegger at våpenindustrien stjeler de beste ingeniørene og bidrar til våpenkappløp:

Vi har ingen problemer med å forstå at det er et argument med arbeidsplasser. Men vi er nødt til å heve det til et globalt nivå. Løfter man blikket vil jeg tro at de fleste mennesker ønsker en nedrustning i verden. Man ønsker ikke å sprøyte våpen og ammunisjon inn i konflikter. Dette må alle land som produserer våpen ta ansvar for. Skal Norge bruke sin teknologiske kompetanse og sine beste ingeniører på hele tiden å få den industrien til å blomstre? Argumentet med norske arbeidsplasser og norsk industri og teknologi i verden kunne du like gjerne sagt om alle andre bransjer. Skal vi være med å forsyne det våpenkappløpet, eller skal vi bruke vårt komparative fortrinn til å utvikle annen nyttig teknologi. (Ingrid Aas Borge, leder Changemaker, intervju 9.10.2013)

Hun vektlegger at Norge faktisk har et valg på hva det er en ønsker å tilføre verden. Og at ved kun å tenke arbeidsplasser og nasjonal næringspolitikk, glemmer man de globale følgene varene man sender ut i verden kan få. Arbeidsplasser og distriktpolitikk synes heller ikke Harang fra Fredslaget er spesielt gode grunner til å ha eksporterende forsvarsindustri i Norge:

Det er et ekstremt dårlig argument. Historisk er det godt, fra 1814 og frem til rett før 2. verdenskrig ble våpenindustrien styrt ut til distriktene. Det har vært en kobling som gjør at distriktene har nytt godt av våpenindustrien. I dag er det et problem at kompetansen som ligger i våpenindustrien tar opp hjerner. De burde produsere andre ting. Om industrien konverterer fra militærindustri til annen type industri og teknologiutvikling, er det ingen grunn til å tro at man nødvendigvis drar arbeidsplasser vekk fra distriktene. Men man er mer opptatt av å forsvare situasjonen slik den er i dag, enn å tenke nytt. (intervju 26.9.2013)

Harang sier med dette at argumentet med at industrien sikrer arbeidsplasser har gått ut på dato, og at det brukes for mye energi på å forsvare industriens slik den fremstår i dag, i stedet for å tenke nytt omkring arbeidsplasser for ingeniører. Her er det aktuelt å trekke paralleller til Ryan (1991) og hennes teori om at toppaktørenes, som her er våpenindustrien, rammer preges av en *ideologisk treghet*, som fører til at aktørene er mest opptatt av å forsvare situasjonen slik den har vært i stedet for og imøtekommende andre måter å innrette arbeidsplasser og forsvarsvirksomhet på.

Se vedlegg 1. med artikkel «Statlige våpenselgere» som er et eksempel på eventyr-tolkningsrammen.

**Tabell 4.1** «Eventyr-rammen»

Eventyr		
Rammeverktøy	<b>Kjerneramme</b>	<b>Våpenindustrien er et nasjonalt industrieventyr</b>
	Troper	«Nytt sort gull»
	Eksempler	«En industri som styrker troen på at Norge kan overleve også etter at oljen tar slutt»
	Slagord	«State of the Art»
	Beskrivelse	Vi som nasjon dyrker frem noen av det ypperste innen ingeniørkunst og vi imponerer verdenssamfunnet ved å ha noen av de mest avanserte og effektive varene på markedet. Vi opplever eventyrlig suksess. Ved å være så langt fremme teknologisk, kan vi utvikle varer ingen andre har teknologisk kapasitet og mulighet til å utvikle. Det gjør oss best og mest avansert i klassen. En voksende våpenindustri sikrer mange arbeidsplasser og blir viktig hjørnesteiner i lokalsamfunnet. De gode rammevilkårene fører til at arbeidsplassene er sikre og svært nødvendige
Posisjoneringsverktøy	<b>Kjerneposisjon</b>	<b>Vær stolt av det norske og lokale industrieventyret vi har bygget på Raufoss og i Kongsberg. De utvikler eksepsjonelle produkter, og er unike i verdensammenheng. Industrien er en viktig del av mange nordmenns liv</b>
	Årsak	Historisk bedrifter med mange gamle røtter, godt etablert i lokalsamfunnet. Lokalsamfunnene trenger arbeidsplassene. Norge er best på å levere og utvikle det de allierte trenger
	Konsekvenser	Vi gjør oss bemerket i det internasjonale samfunnet ved å tilby noe alle lands forsvar ønsker seg, på den måten gjør vi oss aktuelle. Mange ville vært uten arbeid og stabil inntekt om det ikke hadde vært for våpenindustrien.
	Prinsipper	Arbeidsplasser til folket
	Nøkkelord	Industrieventyr, eventyrlig, arbeidsplasser, stolthet, «State of the art» gode resultater, overskudd, verdifulle spin off, rekordresultater, omsetningsvekst, lyse framtidsutsikter, ingeniørkunst, betydelig bidragsyter, omsetningsvekst, ledende posisjon

## 4.2 Norsk forsvarsindustri har verdens strengeste regelverk

«Jussrammen» forekommer hovedsakelig i de sakene der industriens eller dens representanter møter kritikk av noe slag, da gjerne fra Changemaker eller Norges Fredslag. Det bærende elementet, altså *kjernerammen* i jussrammen, peker på at et samlet norsk Storting står bak industriens eksistens. Industrien forholder seg, respekterer og er glad for det norske strenge regelverket for produksjon og eksport av våpenmateriale. Den omtales med *troper* som «best i klassen» og kan *eksemplifiseres* gjennom uttalelser som «Norge har et av verdens strengeste systemer for våpeneksport og kontroll av slik eksport». *Slagord* som beskriver rammer er «verden strengeste regelverk». Kjernerammen *beskriver* Nammo og Kongsberg Gruppen som produsenter og eksportører av høyteknologisk våpen og forsvarsmateriell fullstendig innenfor en streng og kontrollert norsk eksportlov. Jussrammens *kjerneposisjon* forteller om hvordan industrien driftes ansvarlig og etisk, ettersom det norske regelverket er blant de aller strengeste i verden. I tolkningsrammen pekes det på *årsaker* som at det ikke er behov for å diskutere hver enkelteksport. Så lenge det ikke bryter med eksportregelverket, og er godkjent av Utenriksdepartementet, står et samlet Storting bak aktiviteten. Eventuelle diskusjoner eller innvendinger ber industrien de som er uenige ta med myndighetene, ettersom det er de som administrerer lovverket. Rammens direkte *konsekvens* er at industrien er legitim, så lenge de overholder og respekterer det strenge norske regelverket. *Prinsippene* rammen appellerer til antyder at så lenge industrien overholder norsk lov, fortjener de tillitt. I artiklene som bygger på eventyr-rammen finner en *nøkkelord* som for eksempel: strengt regelverk, følger norsk lov, bred enighet på Stortinget, verdens strengeste regelverk.

I artikkelen «Tjener stort på krig» står det at: «Kongsberg Gruppen kan også bli en storvinner etter at regjeringen har besluttet å kjøpe den amerikanske jagerflytypen Joint Strike Fighter. Det norske teknologiselskapet har inngått rammeavtaler for levering av deler til flyene som hittil er på rundt to milliarder kroner. Etter at Israel har valgt å kjøpe samme type fly, fryktes det i Sosialistisk Venstreparti at norske flydeler skal selges til Israel.» Konsernsjef Qvam finter ut SVs bekymring og forsikrer om at: «Vi [Kongsberg Gruppen] forholder oss til enhver tid til de *norske regler som er vedtatt av Stortinget* og har god kontakt med myndighetene om problemstillingen. Vår satsning på flydelproduksjon er et resultat av *bred enighet* og har stor norsk industripolitisk betydning» [min kursivering] (Dagens

Næringsliv 20.08.2010, s. 14). I vokabularet konsernsjefen bruker utmerkes nøkkelord som bred enighet, norske regler, samt referanser til myndighetene gjennom å peke på at reglene er vedtatt av Stortinget. Argumentet med at fabrikkene ikke gjør noe galt, men forholder seg ærlig og redelig til det gode norske regelverket kommer spesifikt opp her i denne uttalelsen, og går ofte igjen i omtalen av norsk våpenindustri.

Et annet eksempel som viser hvordan jussrammen kan se ut i praksis finnes i lokalavisen i Kongsberg, Laagendalsposten, som 29.10.2010 videreformidler en sak fra NRK der det avsløres at 121 sivile er drept med våpen fra Kongsberg i Irak-krigen. Samme dag kommenterer Kongsbergs Gruppens kommunikasjonsdirektør. «[...] Norge har et av *verdens strengeste system* for våpeneksport og kontroll av slik eksport. I tråd med dette, forsyner vi Norges allierte med materiell» [min kursivering] (Kommunikasjonsdirektør i Kongsberg Gruppen Ronny Lie til Laagendalsposten.no, 29.10.2010). Bedriften forholder seg fullt og helt til det norske reglementet. Det reglementet er også et av de strengeste reglementene i verden. Dette er en argumentasjon som går igjen i industriens uttalelser i datautvalget.

I perioden for innsamlet datamateriale inngikk Nammo en avtale med Norges Skiforbund om å sponse de norske hoppjentene. Sponsingen fikk en del negative reaksjoner og i Aftenposten 15. September 2010 sier kommunikasjonsdirektør i Nammo Sissel Solum at hun er skuffet over den negative responsen. I artikkelen som har overskriften «Skuffet over reaksjonene» (se vedlegg 2) sier Sissel Solum at «vi har ikke fått andre reaksjoner enn det vi har lest i media, men det er litt skuffende at ikke det positive i saken kommer frem – at noen faktisk går inn og støtter jentene». Changemaker, var blant dem som reagerte aller sterkest på avtalen og betegner noen av Nammos produkter som «grusomme våpen» brukt i Irak-krigen. Kommunikasjonsdirektør Solum kommenterer videre «Vi kan forstå at de som ikke nødvendigvis er for et forsvar og en forsvarsindustri reagerer, men vi er *eid av den norske stat og opererer i henhold til norske regler og eksportregler*» [min kursivering] (Aftenposten 15.9.2010, s. 23). Her kjennes jussrammen igjen med henvisninger til norske eksportregler. I tillegg påpekes det statlige eierskapet, som har en legitimerende effekt i seg selv.

På Laagendalsposten.no hvor Kongsberg Gruppens årlige rapport omtales i en artikkel, gir konsernsjef Walter Qvam sitt syn på konsernets sosiale ansvar. Han mener at bedriften med sine produkter bidrar til stabilitet. Angående dilemmaet rundt våpenindustrien sier han blant annet at «vi må leve med dilemmaet. I ekstreme situasjoner kan våre produkter ta liv. Dette er forsvarsindustriens natur. *Stortinget har bestemt at slike produkter kan selges til land som er godkjent av myndighetene. Vi følger naturligvis opp dette regelverket i all vår*

aktivitet» [min kursivering] (Laagendalsposten.no 3.5.2012). Igjen blir det tydelig at aktiviteten er godkjent av myndighetene og bedriften følger lovlydig opp ethvert regelverk.

Det er stor uenighet mellom fredsaktivistene og industrien om hvor strengt det norske regelverket *i praksis* egentlig er. På spørsmål om hvorfor industrien mener at det norske regelverket er spesielt strengt, sammenlignet med resten av verden, forteller kommunikasjonssjef Lohne fra Kongsberg Defence Systems, at Norge har de strengeste reglene fordi de har færrest land på listen over hvor det er lov å eksportere til fra Norge:

Reglene er stort sett de samme for de fleste land i Europa. Det er myndighetene som bestemmer hvilke land som er ja-land og hvilke som er nei-land. Norge har få ja-land, og av den grunn har Norge de strengeste reglene. Reglene er de samme, men vi har langt færre mulige kjøpere enn andre land. (Intervju 26.9.2013)

I likhet med Lohne i Kongsberg Gruppen, er også kommunikasjonsdirektør i Nammo, Sissel Solum tydelig på at eksportreglene er klare, og at Nammo selvsagt forholder seg til dem. Hun presiserer også skillet mellom oppgaver. Nammos oppgave er å drifte selskapet på best mulig måte. Selskapet forholder seg til lover som myndighetene lager. Hun ser ingen grunn til ikke å stole på at lovene er tilstrekkelige:

Det er veldig klare regler, og de følger vi. Myndighetene legger til grunn rammebetingelser som vi som selskap må forholde oss til for å kunne eksportere våre produkter og tjenester. Vår oppgave som ansatte er å drifte selskapet på best mulig måte for våre eiere. Vi må sette vår lit til at myndighetenes bestemmelser om hvilke land vi kan eksportere til eller ikke, er vel overveid og i samsvar med norsk utenrikspolitikk. (intervju 14.10.2013)

Fredslagets leder, Alexander Harang, mener på den andre siden at disse eksportkontrollene og lovverket konstant brukes som en unnskyldning av industrien. «Eksportkontrollene blir brukt til ansvarsfraskrivelse kontinuerlig av industrien. Hele problemet blir skjøvet under teppe» (intervju 26.9.2013).

Industrien hevder gjentatte ganger i rammeanalysens datamateriale og eliteintervjuene at den norske loven for eksport av våpen og våpenmateriell fra Norge er streng. Alexander Harang, Norges Fredslag deler ikke den oppfatningen, og mener at nettopp det argumentet og hvordan det brukes er hovedproblemet for diskursen i våpeneksporten. Han utdyper:

Det at Norges eksportregelverk er spesielt strengt er løgn. Den legitimeringseffekten dette argumentet har er et hovedproblem for våpeneksportdiskursen. Vi har prøvd å knekke denne myten. Det er ikke synsing det er snakk om, men viten. Når SIPRI går gjennom alle verdens eksportregimer er Norge de som kritiseres for manglende åpenhet. Vi har gått gjennom alle lands eksportregelverk for å slå i hjel dette argumentet. Forskning på feltet viser at det er feil, men de fortsetter likevel å si at det er riktig. Tidligere kalte vi det propaganda, det gjør vi ikke lengre. Når det kommer fra myndigheter som må vite

bedre, er det å anse som løgn. Vi vil ikke tillate industrien og myndighetene å fortsette med slikt. (intervju 26.9.2013)

Forskningen Harang viser til er blant annet en rapport skrevet av PRIO-forsker Hilde Wallacher (2010) på oppdrag av Forum for utvikling og Miljø, Kirkens Nødhjelp og Changemaker. I rapporten står det at Norges våpeneksportregelverk er relativt strengt, og skal forhindre at norske våpen selges til land i krig eller som bryter menneskerettighetene. Problemet er at reglene *ikke praktiseres tilstrekkelig* når Norge for eksempel selger militærutstyr direkte til Saudi-Arabias undertrykkende regime, indirekte til land som Israel og til bruk i den folkerettsstridige angrepskrigen i Irak via NATO-allierte USA. Sistnevnte begrunnes med at NATO-allianseforpliktelsene går foran, og at disse baseres på tillit. Våpen fra USA brukes i Irak, Israel og Colombia, likevel har ikke Norge innført sluttbrukererklæring<sup>19</sup> ved våpensalg til USA. I rapporten påpekes ytterligere smutthull som knyttets til våpendeler (s. 3). Rundt 70 prosent av det Norge eksporterer er deler og komponenter (Lie og Mikalsen 2012, s. 189). Når Norge og andre land selger våpendeler som settes sammen og selges videre fra et land hvor regelverket ikke er det samme som i Norge, tar ikke Norge, eller bedriftene som selger delen, ansvar for hvor det ferdige våpenet ender opp. Begrunnelsen er at «våpenet ikke fremstår som norsk» og unndras dermed eksportkontrollen. I rapporten heter det at «dette er en farlig ansvarspulverisering» (Wallacher 2010, s. 3).

I følge Norges eksportregelverk kan ikke Norge eksportere våpen eller våpendeler til Israel. Men statseide Nammo har etablert Nammo Talley i USA, og fra den bedriften kan våpen eksporteres til Israel. Da gjelder ikke Norske, men derimot Amerikanske eksportregler. Det er blant annet den type aktivitet fredsaktivister omtaler som gråsoner eller smutthull i regelverket. Det er begrunnelsen deres for at hvor norske våpen og våpendeler ender opp, ikke kontrolleres like strengt som industri og politikere til stadighet hevder, ettersom det strenge regelverket i mange tilfeller ikke gjelder.

Ingrid Aas Borge i Changemaker adresserer menneskerettigheter på et globalt nivå. Hun påpeker at hun synes det er feil at man lovmessig ikke tar kontroll over den fulle verdikjeden, slik andre bedrifter blir påtvunget å gjøre i økende grad:

På globalt nivå ser man i større grad at det ikke lenger er tilstrekkelig kun å følge landets lover. Selskapene må også selv ta ansvar for å respektere menneskerettigheter. For eksempel så ansvarliggjøres Hennes&Mauritz for hele deres leverandørkjede, hvor produkter fremstilles under

---

<sup>19</sup> Sluttbrukererklæring er en erklæring som fastslår at videresalg ikke må finne sted uten norske myndigheters godkjenning (Wallacher 2010, s.3)

kritikkverdige forhold og så selges billig i vestlige land. Man ansvarliggjør ikke våpenindustrien for hele deres leverandørkjede. Etter at produktene er produsert eksporteres de uten tilstrekkelig kontroll på hvor de egentlig havner. I verste fall steder hvor menneskerettigheter brytes. Både myndigheter og industrien burde gjøre mer for å innfri sine globale forpliktelser med å respektere menneskerettigheter. Mye av løsningen på kontroll av hvor våpnene ender ligger hos selskapene. Dette er et ansvar vi kunne ønske de tok. (intervju 9.10.2013)

Som nevnt innledningsvis legger regjeringen føringer for statlig eide bedrifter, slik Nammo og Kongsberg Gruppen er, og deres samfunnsansvar. På tross av at regjeringen legger til grunn at «samfunnsansvar innebærer hva bedriftene gjør på en frivillig basis utover å overholde eksisterende lover og regler i det landet man opererer» (St.meld. nr. 10 [2008-2009] s. 7). Er ikke aktivistene fornøyd med hvordan våpenindustrien ikke leverer på dette området. De mener dette samfunnsansvaret tilsynelatende ikke er noe det reflekteres nevneverdig over når de henvender seg til industrien med spørsmål omkring etikk, og problematikken rundt det fredsaktivister, og enkelte journalister, omtaler som 'gråsoner' i eksportregelverket.

Se vedlegg 2 for eksempel på artikkel som inneholder jussrammen.

Tabell 4.2 «Jussrammen»

	Juss	
Rammeverktøy	<b>Kjerneramme</b>	<b>Et samlet norsk Storting står bak industrien som forholder seg til det norske regelverket for produksjon og eksport av våpenmateriale.</b>
	Troper	«Best i klassen»
	Eksempler	Norge har et av verdens strengeste system for våpeneksport og kontroll av slik eksport
	Slagord	«Verden strengeste regelverk»
Posisjoneringsverktøy	Beskrivelse	Nammo og Kongsberg Gruppen produserer og eksporterer våpen og forsvarsmateriell utelukkende etter norske lover. Dersom noen ikke er tilfreds med lovens reguleringer får de ta det med myndighetene
	<b>Kjerneposisjon</b>	<b>Industrien driftes ansvarlig og etisk. Det norske regelverket er det strengeste regulerte regelverk i verden</b>
	Årsak	Gjennom å følge det norske regelverket, er det ikke vits å diskutere hver enkelt eksport for seg. Så lenge det er innenfor det norske regelverket, er det godkjent av norske myndigheter og trengs ikke stilles spørsmål ved
	Konsekvenser	Stortinget har bestemt at industrien er legitim, så lenge de forholder seg til det strenge norske regelverket
	Prinsipper	Industrien følger loven, og kan derfor ikke beskyldes for å gjøre noe galt
	Nøkkelord	Strengt regelverk, følger norsk lov, bred enighet på Stortinget, verdens strengeste regelverk, best i klassen

### 4.3 Norsk forsvarsindustri bidrar til en sikrere fremtid

Rammen kalt «forsvarsrammen» er den tredje identifiserte tolkningsrammen industrien bruker i dette datamaterialet. Den brukes ofte i kombinasjon med eventyr-rammen eller juss-rammen. *Kjernerammens* utgangspunkt er at industrien er med å bygge et sikrere forsvar. Nammo og Kongsberg Gruppen bidrar, gjennom å muliggjøre et velutrustet høyteknologisk forsvar, til et sikrere og tryggere Norge. I tillegg tilbyr industrien NATO-alliansen bedre og sikrere våpen, noe som fremstilles som en forventning alliansen har til Norge. Det er også viktige momenter at vi har behov for disse høyteknologiske våpnene, og dersom ikke Norge hadde utviklet dem, hadde andre land gjort det. Det er bedre at Norge gjør det, og har god kontroll med produksjonen, samt høster frukter av industriens ringvirkninger, enn at andre land gjør det. I rammen brukes *troper* som «oss eller dem», i form av at det er naivt å tro at det ikke kan komme nye kriger hvor det er viktig at Norge kan forsvare seg. Rammen *eksemplifiseres* gjennom uttalelser som «Norge er et verdifullt og svært støttende medlem av Nato-alliansen, hvor landet har opptjent seg respekt fra sine militære kolleger». *Slagord* som brukes i rammen er for eksempel «securing the future» og «ekstrem ytelse for ekstreme forhold». *Kjernerammen* bruker *beskrivelser* som internasjonale høyteknologiske kunnskapsmiljøer som leverer avanserte og pålitelige løsninger som igjen bedrer sikkerheten og ytelsen i komplekse operasjoner under ekstreme forhold. Både for Norge og Norges militære allianse.

*Kjerneposisjon* i forsvarsrammen er at Kongsberg Gruppen og Nammo bidrar til økt sikkerhet og er med på å sørge for et velfungerende og oppdatert forsvar. Gjennom å skape sikrere løsninger, tar soldatene bedre avgjørelser. *Årsak* det vises til i rammen forteller at ingeniørkunsten står sterkt i norske teknologiske kunnskapsmiljøer. Norge kan bidra med godt materiell. Dersom vi ikke bidrar med noe vi har kompetanse på og våre allierte trenger, blir vi stående utenfor i viktige sikkerhetspolitiske spørsmål. *Konsekvenser* av denne posisjonen gjør at vi kan supplere verdens forsvar med avanserte og pålitelige løsninger. Norge, gjennom Nammo og Kongsberg Gruppen, bidrar til de mest sofistikerte og høyteknologiske forsvarsløsningene. Det setter soldater i stand til å gjøre bedre og mer veloverveide valg som igjen sparer liv og unødvendige ødeleggelser. *Prinsippene* rammen appellerer til, er at det ligger forventninger i Nato-alliansen om at industrien bidrar til å sikre egne og allierte soldater gjennom å utruste dem med best mulig høyteknologisk utstyr. I artiklene som inkluderer forsvarsrammen finner en *nøkkelord* som for eksempel: forsvar, hindre angrep, høyteknologi, kunnskapsmiljø, sikkerhet, sikre soldater, hindre unødvendig bruk av våpen, øke treffsikkerhet, spare sivile. Datamateriale viser eksempler på hvordan både Nammo og



Kongsberg omtaler egen aktivitet i disse ordlag. Industriens tolkningsrammer er skapt av dem selv, men det spilles helt klart bevisst eller ubevisst på elementer fra generiske tolkningsrammer. Det gir rammene større sjanse for å innfri journalistiske kriterier, og dermed også oppnå gjennomslagskraft gjennom å komme på trykk (Allern og Ihlen 2008, Ihlen og Nitz 2008).

Nammos slagord er treffende nok «Securing the future». Slagordet i seg selv bekrefter forsvarsargumentet. Det er nok ikke uten grunn at industrien trekker frem dette argumentet. Kapstein (1992) hevder det er et offentlig gode å ha god nasjonal sikkerhet. «Nasjonal sikkerhet kommer alle innbyggere til gode, enten de betaler for det eller ikke. Det er et gode som ikke kan nektes noen innbyggere. Når sikkerheten tilbys av myndighetene, kan og vil alle nyte godt av fordelene» (Kapstein 1992, s. 41). Industriens forståelse av våpeneksport knyttes i denne rammen til et kulturelt fenomen, som dreier seg om å skape trygghet og sikkerhet, og appellere dermed utover en enslig historie (Carragee og Roefs 2004, Ihlen og Nitz, 2008).

Forsvarsrammen, sett i forhold til Ryans (1991) taktikker i rammekonkurranse angriper aktivistene ved å spille på at de ikke forstår både viktigheten og nødvendigheten ved det å kunne forsvare seg og ha et godt rustet forsvar. Den understreker at vi er en fri nasjon, som har vår fulle rett til, og også burde forsvare oss med de beste midler. Alt annet er naivt. Forsvarsrammen *snylter* på de konkurrerende ideologiske verdiene aktivistene presenterer ved å vektlegge en tryggere verden gjennom økt sikkerhet fordi de høyteknologiske og intellektuelle våpnene sparer liv både sivilt og militært. Den appellerer til en virkelighetssjekk, der en ikke må glemme at verden er et farefylt sted, og en vet aldri når det kan oppstå en krig hvor Norge må kunne forsvare seg.

I datamaterialet finnes det flere eksempler på forsvarsrammen. Ett er Dagens Næringslivs artikkelen om Kongsberg Gruppen, hvor også eventyr-rammen er synlig. Overskriften var «Tjener stort på krig». Artikkelen tar for seg at forsvarsordrer de siste årene har strømmet til halvstatlige Kongsberg Gruppen. I artikkelen er konsernsjef Walter Qvam intervjuet. Han uttalte følgende: «Krigene i Irak og Afghanistan illustrerer tydelig behovet for fjernstyrte våpenstyringssystemer for å *beskytte menneskene* i kjøretøyene. Dette er et styringssystem en *trenger i fremtiden* som vi kommer til å selge til mange land» [min kursivering] (Dagens Næringsliv 20.8.2010, s. 14). Konsernsjef Qvam poengterer at produktene de lager kommer til å være etterspurt i fremtiden. Underforstått er det en klar oppgave for Kongsberg Gruppen å bidra til en sikrere fremtid gjennom våpen som beskytter mennesket. De lager fremtidsrettede produkter som markedet etterspør.

I forbindelse med at Kongsberg Gruppen sponset prøve-VM i skiflyging uttalte kommunikasjonsdirektør i Kongsberg Gruppen Ronny Lie til Laagendalsposten, lokalavisen i Kongsbergområdet, at 1: «Vår kjernevirksomhet er å skape avanserte løsninger for mennesker og operasjoner under ekstreme forhold på havet, i store dyp, i forsvaret eller i verdensrommet. Løsningene kjennetegnes ved at *de fremmer prestasjon og trygghet under krevende situasjoner*, enten det er i handelsflåten, fiskeriene, i offshorevirksomhet, *forsvar og sikkerhet* eller innen romforskning» [min kursivering] (Laagendalsposten 26.1.201). Dette med å skape avanserte løsninger, fremme prestasjon og sikkerhet under krevende situasjoner i sikkerhet og forsvar fremstår som viktige momenter som forsvarsindustriens talspersoner ofte trekker frem. I dette skjemter man en undertone av at dersom industrien ikke har den aktiviteten de har nå, og eksporterer de intellektuelle våpnene de produserer, ville våpensituasjonen i verden og for våre allierte vært betydelig mer kritisk.

21.12.2011 skriver lokalavis der Kongsberg Gruppen er lokalisert, Laagendalsposten, en sak på nettutgaven om salg av deres våpenstyringssystem som er solgt til Sverige og Norge for 960 millioner.

Leveransen starter midt i 2010. Våpenstyringen *beskytter* soldater ute i felten når de kan operere fra innsiden av kjøretøyet fremfor å utsette seg mot direkte fiendtlig ild. Denne avtalen representerer noe av det *teknisk mest avanserte* i selskapets historie, melder Kongsberg Gruppen etter at Protector nå har vært levert gjennom ti år. Våre systemer er i mange år brukt under ekstreme forhold. De har vist seg å være *svært verdifulle* for våre kunder og for tjenestegjørende soldater, sier Egil Haugsdal, sjefen i Kongsberg Protech Systems [min kursivering] (Laagendalsposten.no 21.12.2011).

Her vektlegges momenter velkjent fra forsvarsrammen om å beskytte soldater med teknisk avansert utstyr. Litt senere 21.5.2012 publiserte Laagendalsposten.no en sak med overskriften «KOG (Kongsberg Gruppen) leverer utstyr til droner til NATO». Her uttaler administrerende direktør Harald Ånnestad i Kongsberg Defence Systems i en pressemelding fra bedriften at «Vi er meget godt fornøyd med å ha vunnet denne kontrakten, og være en *sentral bidragsyter* til denne nye *NATO-kapasiteten*» [min kursivering]. Han sier at Kongsberg Gruppen fra før er leverandør til NATOs AWACS program (Airborne Warning and Control System Program) og for selskapet betyr dette at deres medvirkning i store NATO programmer blir styrket. Her snakkes det igjen om å bidra inn i NATO-alliansen, hvor viktig det er, og at bedriften er veldig godt fornøyd med å ha landet kontrakten.

NATO-alliansen, vårt medlemskap i den og forventningene om å bidra med konkurransedyktig materiell, har en sterk posisjon og fokuseres på i denne tolkningsrammen. Militære allianse skapes når stater ikke har tilstrekkelig med makt til å opprettholde nasjonal

sikkerhet på egenhånd. Det avgjørende momentet som binder allierte sammen, er frykt for felles fiender, snarere enn et sett med felles verdier (Kapstein 1992, s. 161). Ved å fokusere på slike faktorer spiller en på følelser hos lesere og politikere. Det er ingen som ønsker å være redde for ikke å evne og forsvare seg.

Laagendalsposten publiserte 3.5.2012 en artikkel som handler om Kongsberg Gruppens årlige rapport. Saken forteller om konsernsjefen i Kongsberg Gruppen, Walter Qvams tanker om dilemmaet med at produktene de lager kan ta liv.

Konsernet spiller en viktig rolle i Norges Forsvar. [...] Verden er fortsatt kjennetegnet av myriader av konflikter og uro. Med økende press mot begrensede ressurser, mat, vann og mineraler, må verden akseptere at det blir *stadig mer krevende å bevare stabilitet*. Globalt er *sikkerheten* påvirket både av knapphet på ressurser og endringer i maktforhold. [...] Avanserte forsvarssystemer ikke minst fra Kongsberg Gruppen, er derfor nødvendige for å *forsvare nasjonale interesser og stabilitet*» [min kursivering] (Laagendalsposten.no, 3.5.2012).

Konsernsjefen etterlyser aksept for verdens situasjon og hvor krevende det er å bevare stabiliteten. For å gjøre det må Kongsberg Gruppen lage sitt høyteknologiske militære materiell. I likhet med eventyr-rammen prøver industrien også i forsvarsrammen å tilknytte seg gode norske kulturelle verdier, som er en fordel for at tolkningsrammen skal holdes aktuell i aviser ved hjelp av kulturell resonans (Gamson og Lasch 1983, Gamson og Modigliani 1989, Van Gorp 2007). Premisset virker å være at Norge har noe viktig å bidra med for å skape en tryggere verden. Det ville være egoistisk av oss å ikke gjøre det.

Tropene i denne rammen byr på et valg mellom gitte alternativer. Dersom vi ikke produserer disse våpnene gjør andre det. Vi gjør det best, hvorfor skal vi la være. Tropen forenkler på denne måten budskapet. Dette valget byr på vidtrekkende konsekvenser. Dette viser hvordan en aktør, gjennom å bruke en tolkningsramme, prøver å kontrollere en virkelighetsbestemmelse, for på den måten utelukke andre alternativer. Maktaspektet blir dermed også sentralt her (Carragee og Roefs 2004, Entman 2004).

Forsvarsrammen spiller på prinsipper om å bidra til å skape et best mulig forsvar for Norge og en effektiv og velutrustet militær allianse. På den måten tar Nammo og Kongsberg ansvar for å skape en sikrere verden i dag og i fremtiden, for Norge og våre allierte.

I forskningsintervjuet bekrefter og utgreier kommunikasjonssjef Lohne i Kongsberg Defence System budskapet i forsvarsrammen gjennom å henvise til den rike historien og det sterke ønske om å være fri, som han mener er tett knyttet sammen med evnen til selv å kunne forsvare seg. Han påpeker at det er bred enighet på Stortinget om at en ønsker et godt rustet forsvar og bruker vokalbular fra forsvars- og jussrammen:

Vi fyller 200 år nest år, vi ble etablert av de samme som skrev grunnloven på Eidsvoll. Det første de gjorde var å etablere Kongsberg og så lagde de grunnloven. Så vi er, og har alltid vært, tett knyttet til norske myndigheter. Det er fordi det er veldig tette bånd mellom det å kunne forsvare seg, og det å være en fri nasjon. [...] Vi har sterke tradisjoner i vårt land om at vi skal evne å forsvare oss. I Stortinget er alle partier for et godt forsvar, som igjen skal være utrustet på best mulig måte. Da er det en forutsetning med forsvarsindustri. (intervju 26.9.2013)

I rammen snakkes det mye om sikkerheten knyttet til alliansedeltagelsen i NATO og hvordan den fører med seg visse krav til at man bidrar. Men hensyn til det norske medlemskapet i NATO-alliansen og forventinger som knytter seg til et slikt medlemskap, forteller kommunikasjonssjef Lohne at medlemskapet kommer med noen praktiske konsekvenser som at norsk industri må få eksportere våpen og våpendeler til sine allierte. Han forteller også at Norge får annerkjennelse i NATO gjennom å fremstå som nisjespesialist:

Norge har valgt å være medlem av NATO fordi det er en trygghet for vår sikkerhet. Derfor definerer Norge NATO som våre venner. Vi skal ha mulighet til å eksportere til våre venner og allierte. [...] Medlemskapet vårt i NATO har praktiske og politiske konsekvenser. [...] I NATO sammenheng er vi små, men veldig high-tech. Selv om vi ikke er store, blir vi anerkjent for kvalitet og vi sees på som nisjespesialister. (intervju 26.9.2013)

Sissel Solum, kommunikasjonsdirektør i Nammo påpeker at selskapets visjon er nettopp å sikre fremtiden: «Securing the future». Hun forteller videre at det gjør de ved å sørge for at Norge og andre land som deltar i internasjonale operasjoner for å sikre at demokratiske prinsipper overholdes, har høyteknologiske og god standard på sine våpen. Solum nevner også i intervjuet at våpen har den funksjonen at de først og fremst skal virke avskrekkende. Hun utdyper forsvars- og sikkerhetsaspektet i norsk våpenindustri generelt og Nammo spesielt:

Når det norske forsvar og deres allierte deltar i internasjonale operasjoner for å sikre at demokratiske prinsipper blir opprettholdt, så er det vårt ansvar å sørge for at våre produkter holder en høy teknologisk standard. De må virke hver gang, hvis ikke kan livet til norske og allierte soldater settes i fare. Når det er sagt, så er det viktig å huske på at våpen først og fremst skal virke avskrekkende. (intervju 14.10.2013).

Holdningen Kongsberg Defence System har ovenfor NATO-medlemskapet går igjen hos Nammo. Solum understreker at NATO-medlemskapet forplikter, også når det gjelder å levere konkurransedyktige våpen. «Det er helt klart at når man er medlem i NATO er det én for alle, alle for én og det forventes at man bidrar» (intervju 14.10.2013).

Fredsaktivistene har ikke mye til overs for industriens argument om at de utrufter et forsvar, og at en god industri skaper sikkerhet og trygghet for fremtiden. Harang fra

Fredslaget poengterer at militær- og krigsmakt er nettonegativ og at ingen blir tryggere ved at det produseres og eksporteres økende mengder våpen:

Blir jeg mer trygg av at industrien produserer et nytt materiell for forsvaret? Svaret er nei. Krigsmakten er nettonegativ. Den gjør befolkningen mindre trygg, ikke mer trygg. Fredslaget ønsker at Norge skal bli tryggere. For å få det til må Norge ikke kjøpe og utvikle deler og våpen til bombeflyet F-35 som er bygget for angrep, de skal ikke brukes for å trygge oss. Det er snakk om hvilken type sikkerhet man bygger. Om man snakker om et defensivt rettet nasjonalt sikkerhetsnettverk kan man snakke masse fornuft. [...] NATO har ikke gjort oss tryggere. Gjennom NATO har man skapt unødvendige krig og økt terrorfrykt. (intervju 26.9.2013)

Harang vektlegger at våpnene som kjøpes inn og utvikles, som for eksempel jagerflyet F-35, ikke i hovedsak er designet for forsvar, men angrep. Dermed faller trygghets og sikkerhetsargumentet fra, og fremstår i hans øyne mer som et argument for å legitimere virksomheten og bygge omdømme. Når Solum fra Nammo snakker om å sikre at demokratiske prinsipper overholdes ved hjelp av internasjonale NATO-operasjoner, mener Harang på sin side at nettopp disse operasjonene har skapt unødvendig krig og ført til økt frykt for terror.

Vedlegg 3 er et eksempel på en artikkel som demonstrerer denne rammen.

**Tabell 4.3 «Forsvarsrammen»**

	<b>Forsvar</b>	
<b>Rammeverktøy</b>	<b>Kjerneramme</b>	<b>Skaper et tryggere Norge og en sikrere allianse</b>
	Troper Eksempler Slagord Beskrivelse	«Oss eller dem» «Norge er et verdifullt og svært støttende medlem av NATO-alliansen, hvor landet har opptjent seg respekt fra sine militære kolleger» «Securing the future» «Ekstrem ytelse for ekstreme forhold» Internasjonale høyteknologiske kunnskapsmiljøer som leverer avanserte og pålitelige løsninger som igjen bedrer sikkerheten og ytelsen i komplekse operasjoner under ekstreme forhold for oss selv og vår militære allianse
<b>Posisjoneringsverktøy</b>	<b>Kjerneposisjon</b>	<b>Bidrar til å skape økt sikkerhet og sørger for et velfungerende forsvar Hindre unødvendig bruk, gjennom å øke treffsikkerhet</b>
	Årsak	Ingeniørkunsten står sterkt i norske kunnskapsmiljøer. Industrien kan bidra med det beste og det er også forventningen våre allierte har til Norge. Dersom en ikke bidrar gjør andre det, og vi mister kontroll over produksjonen
	Konsekvenser	Kan supplere verdens forsvar med avansert og pålitelige løsninger. Gjør NATO til innehaver av de mest sofistikerte og høyteknologiske forsvarsløsningene. Uten disse ville krigene og konfliktene drept flere
	Prinsipper	Plikter å forsvare egne og allierte borgere
	Nøkkelord	Forsvar, hindre angrep, høyteknologi, kunnskapsmiljø, sikkerhet, kunnskap, sikre soldater, øke treffsikkerheten, plikter, fremme prestasjon, trygghet, bidragsyter

## 4.4 Konkurrerende perspektiv: Norsk krigsindustri er uansvarlig

For noen utgjør våpeneksport en etisk utfordring. De ser på eksport av våpenforsyninger inn i en konflikt, som moralsk beslektet med involvering i konflikten. Noen ser på våpenindustrien som et middel til å profitere på krig og død, når man ved å unnlate og levere våpen kunne fått en tidligere utkobling (Miller-Jones 2010, s.7).

I dette kapittelet presenteres den indentifiserte tolkningsrammen fredsaktivistene fra Changemaker og Norges Fredslag bruker og som står i *konkurrerende perspektiv* til industriens. Hvordan kjemper fredsaktivistene mot den folkekjære eventyr-rammen som gir god avkastning, arbeidsplasser og anerkjennelse internasjonalt? Jussrammen som påpeker at industrien følger den strenge norske lov til punkt og prikke? Og forsvarsrammen som vil bidra til en sikrere og tryggere fremtid? I analysen kommer det frem at det gjør aktivistenes ved å appellere til en manglende moral, og stor grad av ansvarsfraskrivelse. Jeg har valgt å kalle rammen «uansvarlighetsrammen». Rammen er kompleks og dekker flere forskjellige måter fredsaktivistene forsøker å få gjennom sitt budskap på. Felles for argumentene er at aktivistene mener industrien ikke tar det fulle og hele ansvaret for følgende og konsekvensene aktiviteten de bedriver fører med seg.

*Kjernerammen* i uansvarlighetsrammen viser hvordan fredsorganisasjonene mener det er på høy tid at våpenbransjen selv må ta ansvar, og slutte å skyve myndigheter og lovverk foran seg. Den omtales med *troper* som «et lite stykke Norge» som et stikk til nasjonalromantikken og at våpenproduksjonen og eksporten er en del av hva Norge tilfører verden. Rammen kan *eksemplifiseres* gjennom uttalelser som «våpenindustrien tenker for snevert på samfunnsansvar og fraskriver seg et ansvar de burde ta». *Slagord* som beskriver rammen er for eksempel «typisk norsk å tjene penger på krig». Kjernerammen bruker *beskrivelser* som at fredsorganisasjonene anklager industrien for å dytte foran seg et lovverk de mener har smutthull og gråsoner, og utnytter det som en unnskyldning for å bidra til militær opprustning, uten selv å ta ansvar for egen virksomhet. Posisjoneringsverktøyene plasserer uansvarlighetsrammen i en *kjerneposisjon* som forteller at industrien slipper billig unna, og burde i større grad vise evne til å tenkte stort om bidragene de bringer inn i militære konflikter, og hvilke konsekvenser det kan få. *Årsaken* er at det er lett å gjemme seg bak et regelverk, og på den måten automatisk få legitimitet fra staten for aktiviteten. Aktivistene forfekter at selv om en ikke er lovbrøyer, så holder det ikke å lukke øynene for

konsekvensene. *Konsekvenser* av at industrien ikke fører nøye nok kontroll med varene de eksporterer, gjør at deres produkter kan bidra til å svekke menneskerettigheter. *Prinsipielt* burde industrien ønske å utvise et globalt samfunnsansvar utover den norske loven. Fredsorganisasjonene mener det er på høy tid at Nammo og Kongsberg tar et moralsk ansvar, og innser at de bidrar til å forverre og forlenge væpnede konflikter. I artiklene der uansvarlighetsrammen identifiseres finner en *nøkkelord* som for eksempel: manglende ansvar, ansvarsfraskrivelse, unnskyldninger, for dårlig lovverk, manglende evne til å utvise globalt samfunnsansvar, feige bortforklaringer, våpen på avveie, ingen garantier, krigsprofitt.

Datamateriale viser mange eksempler på hvordan både Norges Fredslag og Changemaker kritiserer Nammo og Kongsberg Gruppen for å avskrive seg moralsk og etisk ansvar som den norske lov lar dem unnslepe. I tillegg kritiserer aktivistene industrien for å utnytte det de kaller smutthull og gråsoner i loven på grovt vis. Uansvarlighetsrammen kritiserer alle de tre tolkningsrammene fra industrien, men i aller størst grad jussrammen. Det vises i de følgende eksemplene fra datamaterialet i rammeanalysen.

Norges Fredslag stiller kraftig spørsmålstegn ved ansvarligheten til våpenindustrien. I en kronikk skrevet av blant annet Alexander Harang som er leder i Norges Fredslag peker de på at våpenindustrien tenker for snevert på samfunnsansvar, og fraskriver seg et ansvar de burde ta. Ettersom aktivistene ofte blir møtt med industriens argument om at de forholder seg til det strenge norske regelverket, mener de at når industrien viser til det, avslører de samtidig at de tenker snevert om samfunnsansvar. Dette samsvarer heller ikke med statens ønske om at statlig eide bedrifter skal tenke på samfunnsansvar som: *hva bedriftene gjør på en frivillig basis utover å overholde eksisterende lover og regler i det landet man opererer»* (St.meld.nr.10, [2008-2009] s, 7). Alexander Harang skriver:

En *snever måte å tenke samfunnsansvar på*, slik våpenbransjen viser, er ikke i samsvar med de kravene andre bransjer stiller til seg selv. En trenger ikke lover for å erkjenne at en ikke skal selge våpen til en despot. Og selv om norsk lov ikke forbyr selskaper å involvere seg i internasjonale konflikter, er det *ikke rett å gjøre det [...]* norske fredsorganisasjoner har i lang tid bedt om et norsk regelverk som forhindrer at norsk krigsmateriell finner veien til krigsområder via våre nærmeste allierte. Mens vi venter, mener vi at våpenbransjen selv *må ta ansvar* og stoppe sin støtte til despoter og folkerettsstridige okkupasjoner [min kursivering] (Dagsavisen 7. september 2011, s. 4).

Dersom reglene ikke i tilstrekkelig grad hindrer våpen fra Norge i å dukke opp steder hvor det er krig, krig truer, eller til land hvor det er borgerkrig, fremstår det helt klart som uetisk i aktivistenes øyne. Både Changemaker og Norges Fredslag mener at norske regler må gjelde der det norske eksportregelverket er strengere enn regelverket i landet produksjonsfasilitetene ligger i. Selv om det ikke er slik i dag, mener aktivistene at det ikke renvasker industrien. De

mener at industrien selv burde utvise såpass selvjustis, at det utvises forståelse for at det er en problematisk gråsone. Selv om industriens våpeneksport ikke er lovstridig med Norsk lov, mener fredsaktivistene at det faktum at tilgangen på våpen og ammunisjon bidrar til økt konfliktnivå, mer intensive og langvarige kriger, burde gjøre at industrien vil unngå det de kaller *smutthullene* i det norske regelverket. Harang skriver i rapporten «Militær håndvåpenammunisjon fra Nammo: Et statlig ansvar?» (2008) at industrien er en sikkerhetspolitisk aktør om de vil eller ei og med bakgrunn i det må de ta ansvar for de politiske konsekvensene aktiviteten deres resulterer i:

Den offentlige debatten om norsk våpeneksport lider av at industrien ikke er tilstrekkelig på banen og sjelden forklarer sine beveggrunner for sine aktiviteter. Det er i dag alt for lett for industrien å holde sin aktivitet innen de lukkede rom og å unngå offentlighetens søkelys på hva de faktisk driver med. Våpenindustrien forklarer ofte sin unnvikende holdning til offentlig debatt med at dette er politikernes bord, og at de bare driver butikk. Problemet er bare at alt det som handles med i denne butikken har politiske konsekvenser, noe som gjør våpenindustrien til en sikkerhetspolitisk aktør, enten industrien ønsker det eller ikke. (Harang 2008, s.4)

Aktivistene hevder at Norge med sine regler er med på å legitimere autoritære regimer når de bidrar til at de får importere militære produkter. Det er klart i strid med ønsket om å fremstå som fredsnasjon. Industrien burde selv ønske å ta avstand fra dette snarere enn å se en profittmulighet. Med denne retorikken ansvarliggjør de industrien ved å si at gjennom å drive våpenhandel med disse landene er våpenindustrien med på å legitimere diktaturer. Et eksempel fra en kronikk skrevet av representanter fra Forum, Kirkens nødhjelp, Norges fredslag, Changemaker og støttekomiteen for Vest-Sahara og som sto på trykk i Ny Tid forteller at det er: «[...]svært problematisk at land som Norge legitimerer et autoritært regime ved å anerkjenne det som mottaker av militære produkter» (, publisert i Ny Tid 7. desember 2012, s.29).

Et annet eksempel er artikkelen på trykk i Ny Tid med overskriften «eksplosiv eksport» der det ble publisert en sak hvor ingressen lyder: «Offisielt er Norge mot okkupasjon av Vest-Sahara. Likevel bidrar Nammo på Raufoss til å *væpne* Marokkos fregatter som skal patruljere det okkuperte område. En ny rapport fra Norges Fredslag viser hvordan vestlig våpenindustri *profiterer på rustningskappløpet* i sør. *Norsk våpenindustri tjener* også på opprustningen» [min kursivering]. Videre står det: «Det er hårreisende at norsk våpenindustri eksporterer produkter til Marokko. Å styrke dette landet militært, innebærer å styrke en okkupasjonsmakt». Senere i artikkelen kan en lese at det i Vest-Sahara rapporteres om omfattende brudd på menneskerettighetene i landet. Det forklares også at «Norske myndigheter fraråder handel, investeringer, ressursutnyttelse og andre former for



næringsvirksomhet som ikke er i samsvar med lokalbefolkningens interesser» (Ny Tid, 8. april 2011). Opplysninger om brudd på menneskerettighetene i landet tilsier at det ikke burde selges våpen eller våpenmateriell til Marokko. Det hindrer likevel ikke våpenindustrien i å tjene penger på, det fredsaktivistene omtaler som rustningskappløpet i sør. Det finner Changemaker og Fredslaget svært skuffende.

For fredsaktivistene er det et paradoks at Norge omtaler seg, og blir sett på som en fredsnasjon, når landet produserer, eksporterer og høster profitt på våpen. Dette utgjør et dilemma som industrien selv burde ta standpunkt i. Det at industrien ikke ser ut til å gjøre det, oppfattes fra Changemaker sin side som ansvarsfraskrivelse og en holdning om at det viktigste er å tjene penger. Markus Nilsen Rotevatn, tidligere leder i Changemaker skriver i Ny Tid 15. juni 2012 at han synes det er på høy tid at det finner sted en opprydning i den ansvarsløse våpenindustrien. «At norske myndigheter forer land med våpen via eksportland i utlandet, er en dårlig løsning. [...]Fortsatt øker den samlede norske våpeneksporten for hvert år som går, og vi har ikke sett spor av *strengere kontroll over hvor norske våpen havner*. De vi ikke vil eksportere våpen direkte til, kan vi likevel *fore med våpen* via fabrikkene våre utenfor Norges grenser» [min kursivering] (Ny Tid 2012 15. juni, s. 35). Rotevatn påpeker også at han har sett seg lei av dobbeltmoralen. Det virker som det aller viktigste er å tjene penger. «I tillegg til å skryte på seg verdensmestertittelen i eksportkontroll, pleier vi også å stille oss øverst på pallen i vårt eget VM i menneskerettigheter. Men de samme menneskerettighetene ser ut til å være satt til side så lenge det er *penger å tjene på å selge våpen* til dem som bryter dem» [min kursivering] (Rotevant, tidligere leder i Changemaker til Ny Tid 15. juni 2012).

Aktivistene gjør det klart gjennom sine argumenter at den eventyrlige veksten, og økonomiske vinningen både for industrien, men ikke minst for staten som eier, er kritikkverdig og uansvarlig. Han kommer også med krass kritikk av argumentet om at den norske våpenindustrien opererer under verdens strengeste eksportlov.

I flere av aktivistenes uttalelser i media, og ytringer gjennom debattinnlegg eller kronikker, gjenkjennes elementer fra Semetko og Valkenburg' (2000) generiske tolkningsrammer. Aktivistenes «uansvarlighets-ramme» kan for eksempel sees i sammenheng med den generiske «moral-rammen» som setter saken i kontekst med moralske eller religiøse overbevisninger og verdier. Ettersom journalister innehar et objektivitetsideal, tar de gjerne i bruk andre aktørers utsagn ved bruk av moralitetsrammen (Semetko og Valkenburg, 2001). Det skjer gjennom at det ikke er journalisten selv, men noen andre som stiller spørsmålet

omkring moral. En avis kan for eksempel bruke en aktivistgruppes syn til å stille spørsmål de ikke selv følger de kan stille direkte. Slik journalistikk kan inneholde moralske beskjeder eller tilby spesifikke sosial resepter for hvordan en bør oppføre seg (Semetko og Valkenburg 2001, s.96). Det er ofte slik at aktivistene setter spørsmålstegn ved industriens moral, manglende ansvar og ønske om å tjene penger på andre menneskers lidelser, mens media gir aktivistene plass.

Selv om jeg har kalt aktivistenes tolkningsramme uansvarlighetsrammen, inneholder den elementer fra den generiske ansvarlighetsrammen. Den rammen presenterer et problem eller en sak på en slik måte at grunnen til problemet eller problemets løsning blir myndighetenes eller en gruppes ansvar (Semetko og Valkenburg 2001, s.96). I aktivistenes tolkningsramme etterlyser de mer ansvar fra industriens side. De føler at gjennom å gjemme seg bak lovverket, fraskriver de seg et moralsk ansvar de har, som går utover lover og regler.

Også den generiske «konfliktrammen» er gjenkjennbar. «Konfliktrammen» understreker konflikten mellom individer, grupper eller institusjoner som et middel for å fange lesernes interesser (Semetko og Valkenburg 2001, s.95). Dette er for øvrig en generisk ramme som er gjenkjennbar i mange av artiklene og mye av dekningen omkring saken om norsk våpenindustri og eksport. Ved at fredsaktivistene bruker elementer fra generiske rammer blir det mer aktuelt for journalister å bruke rammen, ettersom den har større sjanse for å innfri journalistiske kriterier (Allern og Ihlen 2008, Ihlen og Nitz 2008).

Fredsaktivister mener at norske våpen for lett har funnet, og fortsatt vil finne, veien til udemokratiske land og krigs- og konfliktområder hvor norske regler i utgangspunktet sier at norske våpen ikke skal være (Lie og Mikalsen 2012, s. 76). Alexander Harang, leder i Norges Fredslag bekrefter i forskningsintervjuet holdningene deres om ansvarsfraskrivelse fra industrien. Han påpeker derimot at grunnen til at industrien i deres øyne er uansvarlige, ligger hos politikerne ved at de kontinuerlig aksepterer situasjonen og legger til rette for at industrien kan fortsette ansvarsfraskrivelsen:

Generaltabben som er gjort i forhold til etikken i eksporten, er at politikerne har forsømt sitt ansvar som norsk krigsmaterielltilbyder ute i verden ved å la industrien slippe unna grunnleggende samfunnsansvar. Industrien sier: «om dere har et problem med vår etikk så gå til staten» [...] Våpenindustrien burde selvsagt ha en egen forståelse av hva som er god etikk i egen butikk, utover det staten begrenser av opptreden i forhold til Eksportkontrollloven. Med andre ord: uavhengig av hva som forbys gjennom gjeldene lover og regler, burde det kreves at industrien utøver samfunnsansvar. Jeg opplever at industrien ikke tar dette ansvaret. De tar seg rett og slett frihet til ikke å bry seg om slikt. (intervju 26.9.2013)

I uttalelsen kommer det frem at koblingen mellom politikken og industrien fremstår som problematisk. Harang poengterer at fredsaktivistene ser stort på problematikken og fokuserer på hva det er man bidrar med i global sammenheng. Ved at man tjener penger på våpenkappløp og ruster opp land skaper man ikke en bedre og sikrere fremtid. Man har derimot et egoistisk perspektiv og tenker på arbeidsplasser og inntekter her til lands fremfor konsekvensene av å tilføre våpen inn i disse områdene kan få. For Harang fra Fredslaget er det viktig å rette blikket utover egen landegrense:

Den nasjonale problemstillingen er underordnet. Det er det globale som er det virkelig viktige her. Det kritiske er når krigsindustrien bidrar til våpenkappløp som både er sikkerhetsmessig og økonomisk irrasjonelt. De våpenløpene vi har i dag, og som Norge bidrar til er i Nord-Afrika, ved Algerie, som er et av de landene som ruster kraftigst opp nå, i India-, Pakistan, og marinekappløpet i Sør-øst Asia. Det at norsk krigsindustri får kapitalisere på disse våpenkappløpene er etter mitt syn dårlig etikk og fredspolitisk uansvarlig. I det globale bildet bidrar norsk krigsmaterielleksport til økt spenning ved å fore slike rustningsspiraler. (intervju 26.9.2013)

Harang mener altså at krigsindustrien bidrar til økt spenning ved å pumpe våpen inn i uheldige rustingsspiraler, og opptrer med det fredspolitisk uansvarlig. Uansvarlighetsrammen byr på skarp kontrast til argumentasjonen industrien fremmer i sin egen forsvars-ramme, der de mener at de jobber for å bidra til en sikrere fremtid.

Changemaker-leder Borge bekrefter at hun mener industrien fraskriver seg ansvar de burde ta. Samtidig vektlegger hun at det er de tette båndene mellom industrien og politikken som gjør at det er komplisert for Changemaker å få industrien til å utvise et mye større ansvar:

Jeg kunne ønske de kunne sikre at våpnene de lager ikke havner i nei-land. Ved å ha for eksempel Nammo Talley i USA er det et valg Nammo har gjort for å kunne sette sammen våpen de ikke kan sette sammen her, og så selge det til for eksempel Israel, som er et nei-land å selge til direkte fra Norge. Jeg kunne ønske at måten krigsindustrien drev på, ikke så åpenbart avslørte at de unngår det norske lovverket. Industrien vet akkurat hva de gjør for å utnytte smutthullene. Norske myndigheter burde reagere på det. Verken krigsindustrien eller norske myndigheter synes at det er problematisk, og ingen av dem er enige i at det finnes gråsoner og smutthull. Jeg er redd vi ikke klarer og ansvarliggjøre disse bedriftene, så lenge staten legitimerer gjennom eierskap og regulering. (intervju 9.10.2013)

Borge fra Changemaker er bekymret for at de tette båndene mellom myndigheter og industrien gjør at det de omtaler som gråsoner og smutthull ikke kommer til å bli regulert. Sissel Solum, kommunikasjonsdirektør i Nammo, sier at hun forstår tankegangen til aktivistene, men at slik fredsaktivistene ønsker at industrien skal operere ikke er mulig å gjennomføre i praksis. Hun peker på at det ikke er gjennomførbart å opprettholde et så høyt teknologisk nivå på produktene dersom en bare skal selge til eget land, og at systemet er innrettet som et samarbeidsprosjekt:

Hvert land i Europa har en eller annen form for forsvarsindustri de er gode på. Se til den arabiske våren, hvor fort ting skjer. Norge er et lite land, derfor må vi være en del av noe større. Å få folk til å forstå betydningen av å ha forsvarsstyrker både i EU og NATO er viktig. Hos oss eksporterer vi 90 prosent av det vi produserer. Det norske forsvaret har ganske avansert utstyr. For å ha topp teknologisk utstyr kreves det iherdig utvikling. Nammo er nisjeprodusent. Om vi ikke hadde drevet med nisje, hadde vi ikke overlevd. Det er ingen land som kan bruke så mye ressurser å lage noe som er så avansert og så bare selge til et land, sitt eget. (intervju 14.10.2013)

Argumentet om at industrien skal ta ansvar utover det som er norsk lov, fremstår ikke realistisk for Solum. Hun spør og svarer selv: «Skal vi vise moral utover det som er regelverket? Vi kan ikke hele tiden tenke på om forsvarsindustri er moralsk eller ikke. Etikk er ikke for oss hvorvidt vi skal ha forsvarsindustri» (intervju 14.10.2013). Videre trekker hun frem at det er et viktig poeng at norske styrker skal ha det aller beste, og at dersom Nammo kan bidra til det, så gjør de det. Hun vektlegger at etikk for dem er å forholde seg til lover og konvensjoner. «Det som er etisk for oss er at alle produkter vi lager skal være innenfor internasjonale lover og konvensjoner. Ikke at vi ikke skal selge til USA fordi noen synes det er dumt. Når norske myndigheter sier det er greit, forholder vi oss til det» (intervju 14.10.2013).

Når aktivistene argumenterer med at de kunne ønske at man heller satset på annen høyteknologi og ikke fortsatte dyrkingen av militær industri og hyllesten av spin off-produktene som videreutvikles fra den militære teknologien, kunne Solum på sin side ønske at aktivistene tok innover seg at en slik satsing andre steder vil være veldig lite sannsynlig, og forklarer det slik:

Det er vanskelig å få annen industri til å utvikle seg og «overføre» teknologi på samme måte som militær teknologi. Militær teknologi er ofte det ypperste av det ypperste, ettersom nasjonene er villige til å investere mye penger. Når et militærteknologiskprodukt er ferdig utviklet kan andre kunder/markeder være interessert i å få utviklet en annen versjon av dette med bakgrunn i at de har andre operasjonelle krav og behov. (intervju 14.10.2013)

Hennes argument påpeker på at dette er en bransje som er så i forkant, og at den opplever en helt annen investerings- og utviklingsvilje enn alle andre bransjer. Det gjør at de får muligheter til å bidra med å videreutvikle sin teknologi til nye sivile produkter i en skala ingen andre bransjer noen gang vil kunne konkurrere mot.

Vedlagt finnes kronikken skrevet av blant annet Alexander Harang om «Ansvarlig våpenindustri?» som demonstrerer denne rammen på en tilfredsstillende måte (se vedlegg 4).

**Tabell 4.4** «Uansvarlighetsrammen»

	Uansvarlighet	
Rammeverktøy	<b>Kjerneramme</b>	<b>Våpenbransjen må selv ta ansvar og ikke dytte myndigheter og lover foran seg</b>
	Troper Eksempler  Slagord Beskrivelse	«Et lite stykke Norge» «Våpenindustriens tanker om samfunnsansvar er for snevre og de fraskriver seg et ansvar de burde ta» «Typisk norsk å tjene penger på krig» Våpenindustrien fraskriver seg et ansvar de som statlig eid våpenprodusent og eksportør burde ta. De unnskylder seg og fraskriver seg ansvar ved bruk av dårlige unnskyldninger og gjemmer seg bak lovverk og myndigheter. Ved å dytte foran seg et lovverk med så mange smutthull som kan utnyttes som unnskyldning for å bidra til militær opprusting, tar industrien ikke selv ansvar for egen virksomhet
Posisjoneringsverktøy	<b>Kjerneposisjon</b>	<b>Industrien slipper billig unna, og burde i større grad vise evne til å tenke stort om bidragene de bringer inn i militære konflikter og hvilke konsekvenser det kan få</b>
	Årsak	Det er lett å gjemme seg bak et regelverk, og dermed automatisk legitimere egen aktivitet. Det holder ikke. Aktivistene er mot militarisering av økonomien. Mener at industrien må dreies fra militær opprustning til nedrustning og sivile formål som verden faktisk har bruk for
	Konsekvenser	Aktiviteten er dobbeltmoralisk, og passer ikke overens med Norges posisjon som fredsnasjon
	Prinsipper	Penger er ikke alt
	Nøkkelord	Manglende ansvar, ansvarsfraskrivelse, unnskyldning, for dårlig lovverk, manglende evne til å utvise samfunnsansvar, feige bortforklaringer, våpen på avveie, ikke tilstrekkelig merking og sporing, ingen garantier, ikke føre-var prinsipp, krigsprofitt og kapitalisere på krig

I neste kapittel diskuteres siste del av problemstillingen, og det gis et kvalitativt anslag av tolkningsrammenes politiske gehør.

## 5 Politisk gehør

Når virksomheter som Nammo, Kongsberggruppen, Norges Fredslag og Changemaker kommuniserer, skaper de en komponent i offentligheten ved å presentere en mening og en tolkningsramme i den offentlige debatten (Ihlen og Van Ruler, 2007). I dette analysekapittelet besvares på del tre av problemstillingen hvor formålet er å identifisere hvilke tolkningsrammer som oppnår gehør, hos politikere og i sentrale politiske organer. Dette belyses med en kvalitativ fremstilling av utspill fra politikere og politiske organer funnet i det samme datamaterialet som ble brukt i innholdsanalysen. Altså datautvalget på totalt 117 avisartikler. 25 artikler om Nammo, 68 artikler om Kongsberg i tillegg til 24 artikler som inneholdt enten Nammo/Fredslaget, Nammo/Changemaker, Kongsberg Gruppen/Fredslaget eller Kongsberg Gruppen/Changemaker. Ettersom jeg ikke gjennomførte intervjuer med politikere, har jeg benyttet et utvalg artikler på nettsidene til forsvars og Utenriksdepartementet. Der gikk jeg gjennom de siste tre år og fant artikler som hadde relevante nyhetsartikler som hadde relevans for oppgaven og handlet om aktørene eller norsk våpenindustri generelt. Jeg kommer ikke like tett på som ved å gjennomføre intervjuer med politikerne, men tilfører likevel en verdifull dimensjon. Lenker til artiklene som er brukt er tilgjengelig i litteraturlisten. Meningen er å identifisere hvilke argumenter politikerne bruker som er gjenkjennelige med aktørenes tolkningsrammer. Hensikten med dette er å si noe om i hvilken grad aktørene (aktivistene eller industrien) får gehør for sin ramme politisk ved at politikere bruker rammene selv. Ettersom politikk knyttes til beslutninger er det hensiktsmessig for aktørene å påvirke, eller forsøk å påvirke politikere som tar beslutninger (Østerud 2007, s. 34). Med politisk gehør mener jeg som kjent politikernes evne til å oppfatte våpenindustriens og fredsaktivistenes argumenter, og gjenskape dem. Det er interessant fordi politikk angår maktforhold, og handler om hvem sine interesser som slår igjennom (aktivister eller industri). Det er viktig med tanke på hvilke konsekvenser politiske vedtak i forbindelse med norsk våpeneksport som tas og hvordan de legger føringer for ressursfordelingen og styrkeforholdet mellom aktørene (Østerud 2007).

Kausaliteten i denne oppgaven stadfestes ikke, og hvorvidt det er industrien eller politikerne som i utgangspunktet har konstruert budskapet og argumentene som tolkningsrammene fremmer vites ikke. For å finne ut av det kan en gå historisk til verks og gjøre analyser tilbake i tid. På den måten kan en si noe om hvem som begynte å fremme argumentene, når de oppsto, hvordan de har forandret seg over tid og hvem som har adoptert budskap fra hvem.

Samfunnsrelaterte problemer eller tvister kan forklares på ulike måter gjennom forskjellige kilder som har sine foretrukne definisjoner av et problem eller en situasjon (Hallahan, 1999, s. 210). Aktivistene og industrien kjemper om å influere den offentlige meningen i henhold til deres interesse (Gamson og Modigliani, 1989). I rammekonkurransen som foregår mellom våpenindustriens tolkningsrammer og fredsorganisasjonenes tolkningsramme har tilsynelatende industrien størst politisk gjennomslag. Ved at Forsvarsdepartementet er kunden, Nærings og handelsdepartementet er eiere og Utenriksdepartementet er de som setter rammebetingelsene. Det gjør at industrien har en helt annen tilgang på politikere enn det fredsaktivistene fra ikke-statlige organisasjoner har. Ved å se på kommunikasjon fra politikere og sentrale politiske organer, både i artiklene i datautvalget, og gjennom deres egne nyheter, er flere trekk ved de identifiserte tolkningsrammer gjenkjennelige på begge sider.

Nyhetsartikler blir en plattform der rammekonkurransen utkonkurreres med politiske aktører som sponser sin foretrukne rammeforståelse (Carragee og Roefs 2004). I det følgende vises det først eksempler fra politiske uttalelser som har tydelige likheter med våpenindustriens tolkningsrammer. Deretter vises det hvilke politikere som tar i bruk rammer som bygger på det samme budskapet som finnes i fredsaktivistenes tolkningsramme.

## 5.1 Eventyr, juss og forsvar

Eventyr-rammen har tilsynelatende godt gehør hos regjerende partier og i ledende politiske myndighetsorganer. Et eksempel kommer til syne i et innlegg av forsvarsminister Anne-Grete Strøm-Erichsen med overskriften «Aktiv politikk for norsk forsvarsindustri», publisert på Forsvarsdepartementets hjemmeside 2. august 2013. Det stod også på trykk i *Nationen* i august 2013:

Regjeringen vil fortsette en aktiv forsvarsindustripolitikk. Det vil bidra til å trygge norske høyteknologiske kompetansemiljøer på Kongsberg, Raufoss, men samtidig mange små og mellomstore arbeidsplasser landet over. [...] Norsk forsvarsindustri er et *industrieventyr* og et eksempel på hva som kan oppnås gjennom klare visjoner, høyteknologiske satsning og aktivt statlig eierskap. Derfor er norsk forsvarsindustri i dag *ledende innenfor en rekke områder* og kan *konkurrere* om kontrakter i alle verdensdeler. [...] Vi har en liten og nisjepreget forsvarsindustri som er *konkurransedyktig*, som omstiller seg og som leverer teknologiske løsninger helt *i front* av markedsutviklingen [min kursivering] (Forsvarsdepartementet «Aktiv politikk for norsk forsvarsindustri» 2.8.2013).

Forsvarsministeren trekker frem *kompetansemiljøene* og *arbeidsplassene*, argumenter som også brukes i industriens eventyr-ramme. Hun omtaler industrien nettopp som et *industrieventyr* og vektlegger *konkurransedyktigheten* på det internasjonale markedet.

Signalementet gjort kjent i analysen av industriens eventyr-ramme er ikke vanskelig å fange opp i kommunikasjonene fra forsvarsministeren. Mye av retorikken ligner, og rammens nøkkelord går ofte igjen.

I en nyhet publisert på Forsvarsdepartementets nettside 3.7.2012 skrives det om «toppsjef i Raytheon, Dr. Taylor Lawrence, som besøkte Forsvarsdepartementet for å takke for norsk bidrag til utvikling av motoren til det amerikanske AMRAAM-missilet (Advanced Medium Range Air to Air Missile)». Statssekretæren fremhevet i sin uttalelse at «AMRAAM-samarbeidet gir både nye *muligheter* og *arbeidsplasser* på Raufoss, til stor glede for så vel *lokalmiljøet* som Forsvaret» (Forsvarsdepartementet «Statssekretæren fikk besøk av Raytheon» 3.7.2012 ) [min kursivering]. Også i denne uttalelsen er eventyr-rammen aktuell, ettersom statssekretæren bruker argumentet om arbeidsplasser og snakker om lokalmiljøet. Statssekretæren vektlegger også de gode framtidsutsiktene.

Aftenposten skriver 1. september 2012 om et besøk av tidligere statssekretær Roger Ingebrigtsen hos Nammo på Raufoss. Der gratulerte han ledelsen med oppstarten av det nye produksjonsanlegget som skal levere rakettmotorer til det amerikanskproduserte missilsystemet AIM-120 AMRAAM. I artikkelen uttaler han: «Dette viser at norsk forsvarsindustri ikke bare kan konkurrere med Europa, men også med USA. Dette er en stor leveranse til en stor amerikansk aktør, og en *teknologiutvikling på høyt nivå* som vil gi en *betydelig inntekt*» (Aftenposten 1.9.2012). Teknologiutvikling og økonomisk vinning dras frem i positive ordlag i omtale av Nammo etter statssekretærens besøk.

Både minister og sekretærer besøker industrien med jevne mellomrom. 3. september i høst (2013) publiserte Forsvarsdepartementet en sak om daværende Forsvarsminister Anne-Grete Strøm-Erichsens besøk hos Kongsberg Gruppen. Under besøket uttalte hun at:

Regjeringen deler ønsket om å videreutvikle en *konkurransedyktig* norsk forsvarsindustri. Kongsberg Gruppen er et *lokomotiv* i den norske forsvarsindustrien og jeg er veldig opptatt av at vi fører en aktiv, solid og fremtidsrettet industripolitikk, både nasjonalt og internasjonalt. Det er viktig både for Norge og for Forsvaret. [...] Jeg er imponert over det omfattende *høyteknologiske miljøet* her på Kongsberg. Kongsberg Gruppen har *ledet an* i denne utviklingen både nasjonalt og internasjonalt. KDS (Kongsberg Defence System) er den største og viktigste industrielle norske aktøren inn mot industrisamarbeidet knyttet til anskaffelsen av F-35 [min kursivering] (Forsvarsdepartementet «Forsvarsministeren besøkte Kongsberg Gruppen» 3.9.2013)

I denne uttalelsen er det heller ikke vanskelig å trekke parallelle linjer til industriens *eventyr-ramme*. Nøkkelord og uttrykk som lokomotiv, høyteknologisk miljø og lede an preger nok en



gang ministerens omtale av Kongsberg Gruppen generelt og Kongsberg Defence System spesielt.

Da tidligere forsvarsminister Espen Barth Eide (Ap) annonserte bestillingen av de første F35-kampflyene fra USA, sparte ikke på lovordene. «Dette er en historisk dag for Norge, Forsvaret og norsk industri». Forsvarsministeren mottatt samme uken et etterlengtet brev fra USAs forsvarsminister, Leon Panetta, hvor hun bekrefter at USA vil integrere det norskproduserte missilsystemet Joint Strike Missile (JSM) i det amerikanske flyet. «Vi ser nå konturene av et *norsk industrieventyr*, slo Eide fast» [min kursivering] (Dagsavisen 16.6.2012). Forsvarsministeren peker i sin uttalelse på det han kaller konturene av et norsk industrieventyr. Uttalelsen bekrefter at eventyr-rammen er godt integrert helt til toppen i viktige og sentrale politiske organer.

I Aftenpostens økonomiseksjon under overskriften «Mer industri enn noen gang», ble daværende LO-leder Roar Flåthen intervjuet om industrien på Kongsberg. Han kjenner den godt ettersom han har jobbet der i mange år. Han har også fungert som tillitsmann og hatt en posisjon i klubbstyret. Inngressen i artikkelen lød: «I 1986 sto Kongsberg Våpenfabrikk på stupet, hele Kongsberg-samfunnet vaklet. [...] I dag er det flere *industriarbeidsplasser* enn noensinne på Kongsberg» [min kursivering]. Flåthen trekker frem industrikulturen som en suksessfaktor for at utviklingen har vært så bra. «Det at vi er *stolte* over alt som skapes i bedriftene, at det er naturlig for ungdom å søke mot industrien» [min kursivering] (Aftenposten 17.7.2011). I sin uttalelse, og i kraft av sitt embete som LO-leder viser Flåthen at implementeringen av sentrale elementer gjort kjent i eventyr-ramme også deles langt på vei i ledelsen i viktige tverrpolitiske organer som Landsorganisasjonen i Norge, Norges største lønnstakerorganisasjons.

Til Laagendalsposten, lokalavisen som dekker Kongsberg Gruppens lokalisering, sa tidligere statssekretær Roger Ingebrigtsen at «det er svært viktig at myndighetene og andre i Norge viser vilje til å ta risiko for å *sikre norske arbeidsplasser* også om 10 til 20 år. Kongsberg Gruppens suksess i dag er basert på prosesser som ble startet for lang tid tilbake» [min kursivering] (Laagendalsposten 23.11.2010). Uttalelsen kom i forbindelse med en sak som handlet om at staten er en partner for Kongsberg Gruppen i JSM-utviklingsprosjektet. Sammarbeidet viser den store viljen norske politikere har til å fortsette og støtte en velutviklet og velfungerende industri, som lykkes internasjonalt. Eventyr-rammen kan nok sees på som en takknemlig ramme for politikere å kommunisere ut i fra. Distriktpolitikk og arbeidsplasser

er god valgkampmat, ettersom dette er helt avgjørende for folks hverdag. Det fungerer også godt for avisene, ettersom lesere kan relatere det til sin egen hverdag.

Ingrid Aas Borge, leder i Changemaker, sier at hun tror industriens «eventyr-ramme» langt på vei formes og opprettholdes av myndighetene, gjennom måten de bruker sine kanaler til å formidle at de er stolte over kontrakter og nyutviklede produkter:

Forsvarsdepartementet sender ut pressemeldinger vedrørende for eksempel Nammos nye avtale angående samarbeid med amerikanske Raytheon om en missilmotor. Det de ikke skriver noe om er at det israelske forsvaret er en av de største kjøperne av denne typen amerikanske missiler. Forsvarsdepartementet er kjempestolte av sånne typer avtaler. Og veldig fornøyd med at vi er på topp i høyteknologi. De mener det er noe å være stolt av. Når en statssekretær eller utenriksminister uttaler noe sånt er det det beste som kan skje for Kongsberg eller Nammo. De bruker igjen de argumentene for å legitimere egen aktivitet. Og siden ikke myndighetene problematiserer hvor våpenet kan ende opp, trenger heller ikke krigsindustrien å problematisere det noe ytterligere. (intervju 9.10.2013)

I sin uttalelse bekrefter Borge at også hun har lagt merke til nøkkelord som finnes i rammen, nemlig *stolt*. Hun peker også på at de statlige uttalelsene virker legitimerende for industrien, og hun mener statssekretærer eller utenriksminister kommer med utspill som industrien adopterer, og på den måten legitimerer seg ved hjelp av myndighetenes støtte.

I likhet med eventyr-rammen brukes også elementer gjenkjennbare fra jussrammen av representanter fra myndigheter flittig. Det gjør at det er lettere å få media til å adoptere rammen. Ekspertuttalelser av regjeringsmedlemmer kan gi verdifull «kunnskapskapital» til teksten, den vil i dette tilfelle også fungere som et *sannhetsvitne* for industrien. Det er lønnsomt for industrien å få støtte fra regjeringsmedlemmers «ekspertposisjon» for på den måte få sine tolkninger videreført til mediene. For journalistene fremstår eksperter som troverdige kilder, som kan underbygge tolkningen i en tekst (Allern 2001a, s. 69). Dette sitatet fra Ny Tid kan tjene som et godt eksempel, både på en ekspertuttalelse og en bekreftelse på de identifiserte tolkningsrammene, samt dens politiske gjennomslag:

Dette er en helt legitim industri på linje med andre næringer i Norge. Den representerer et *betydelig antall arbeidsplasser* og *viktige kompetansemiljøer*. Derfor er vi positive til *utviklingen*, og vi legger til rette for våpenindustrien [...]forutsetningen er at den *følger de retningslinjene som er gitt av Stortinget* og regjeringen i tillegg til internasjonale avtaler [min kursivering]. (Roger Ingebrigtsen tidligere statssekretær i Forsvarsdepartementet (Ap) til Ny Tid 7. Januar 2011).

Her erklærer statssekretæren fra Forsvarsdepartementet, som er industriens største kunde, at denne industrien er legitim og kan sidestilles med andre næringsvirksomheter i Norge. Deretter peker han på eventyr-rammens elementer om arbeidsplasser og kompetansemiljøer, for så å poengtere at myndighetene er positive til den utviklingen de ser, og i fremtiden

kommer til å fortsette og legge til rette for vekst i industrien. Avslutningsvis peker han på forutsetningen om at industrien overholder lover og regler både i Norge og andre internasjonale avtaler. Helt i tråd med argumentene gjort kjent i jussrammen.

Jussrammen virker å ha gehør i sentrale politiske kretser. Aktørene i norsk forsvarsindustri hevder de er mer etiske og har bedre kontroll over og regulering av våpenproduksjon og eksport enn andre land. På den måten fremstår Norges produksjon og eksport som mer legitim. Dermed er det også bedre at vi produserer våpenmaterieell selv enn at andre som ikke har de samme gode reguleringene skulle produsert og eksportert i stedet. Det virker dermed åpenbart at Norge og resten av verden ikke klarer seg uten produksjon og utvikling av våpen. Dette forsøket på utdefinering er et eksempel på hvordan dominerende tolkningsrammer kan bli et uttrykk for makt (Carragee og Roefs 2004, Entman, 2004).

Forsvarsmarkedet er unikt. De reklamerer ikke på lik linje med andre bransjer og det meste av salg gjøres direkte. Kundene er som regel forsvarsdepartementer i andre land. For å forstå hvordan regjeringer driver denne forretningen og selger til dette markedet, kreves mye kompetanse og et ressursrikt markedsapparat (Gansler 1980, s. 46). I St.meld.nr. 8 [2012-2013] kommer det klart frem at de økte kravene til forsvarsmaterieell har bidratt til en *sterk utvikling av ny teknologi* og produkter fra forsvarsindustrien i Norge. Det pekes på at den teknologiske utviklingen innebærer blant annet at det er blitt stadig dyrere å utvikle moderne forsvarsmaterieell, og bedriftene har måttet tilpasse seg ved å inngå både nasjonalt og internasjonalt samarbeid om utvikling og produksjon av nytt militært materieell. Videre bekrefter stortingsmeldingen at en rekke norske forsvarsindustribedrifter besitter *viktig nisjekompetanse* som muliggjør tett samarbeid med store internasjonale partnere (St.meld.nr. 8, [2012-2013] s. 13). Igjen er det en ordlyd og identitet som ikke skiller seg i særlig grad fra den våpenindustrien bruker, når det snakkes om utvikling av ny teknologi, viktig nisjekompetanse og utviklingen av moderne forsvarsmaterieell.

«Bra for Norge og bra for NATO» var overskriften på en nyhet publisert 14.9.2012 på Forsvarsdepartementets nettsider. Her kunne en lese at:

Nammo produserer i dag rakettmotoren til ESSM (Evolved Sea Sparrow Missile), og har med det ansvaret for over halvparten av det fysiske missilet. Nammo vil også ha en *viktig rolle* i produksjon av motorer for den planlagte fremtidige versjon av missilet, og *befester dermed stillingen som en av verdens ledende* produsenter av rakettmotorer». Daværende statssekretær Roger Ingebrigtsen uttaler at «Slike prosjekter ønsker vi å se flere av. Vi *dekker våre og våre partners operative behov* samtidig som vi får bli med tungt på industrisiden. Dette *er bra for Norge og bra for NATO* [min kursivering] (Forsvarsdepartementet «Bra for Norge og bra for NATO» 14.9.2012 ).

I denne uttalelsen kjennes forsvarsrammen igjen. Statssekretæren vektlegger at industrien, her spesifikt Nammo, bidrar til å dekke operative behov for Norge og NATO-alliansen. På den måten styrkes vår egen og vår allianses forsvarsposisjon. Et argument som også identifiseres i våpenindustriens forsvarsramme.

Det finnes flere ulike politiske stemmer som støtter opp om viktigheten av Norges leveranser, også i internasjonalt perspektiv. Talsmannen ved den amerikanske ambassaden i Oslo uttalte at: «Norge er et verdifullt og *svært støttende medlem av Nato-alliansen*, hvor landet har *opptjent seg respekt* fra sine militære kolleger» [min kursivering] (Tim Moore, talsmann ved den amerikanske ambassade til Ny Tid, 6. mai 2011, s. 9). Gjennom talsmannens uttalelse kommer det frem at Norge har opptjent seg sikkerhetspolitisk respekt i vår militærallianse, som en følge av våre høyteknologiske bidrag til en sikrere og bedre rustet allianse.

Tidligere forsvarsminister Grete Faremo uttalte til Aftenposten at «Norske myndigheter vil fortsette å støtte bedriften, men grunnlaget for suksess må bygge på *konkurransedyktige høykvalitetsprodukter til Forsvaret og resten av verden*» [min kursivering] (Aftenposten, 17.7.2011). Denne uttalelsen underbygger igjen den høye norske kvaliteten på varene som blir produsert her til lands, og viktigheten av at industrien fortsetter å være konkurransedyktige i forhold til å sikre et best mulig forsvar for Norges egen del, samt bidra til å sikre andre allierte lands forsvar.

Det er ikke bare avgjørende politiske organer som Utenriksdepartementet og Forsvarsdepartementet tolkningsrammer i industriens favør favoriseres og trekkes frem. Også Vidar Lande, som er ordfører i Kongsberg og har sittet i styret til Kongsberg Gruppen, snakker positivt om industrien. Han uttaler til lokalavisen, Laagendalsposten, at han ser på det som utenkelig å slutte med våpenproduksjon. I saken som handler om Protector, et våpensystem utviklet av Kongsberg Gruppen, markerer Lande at det har en verdi å produsere slike systemer fordi det er tryggere for den som bruker utstyret. «Protector gjør *skytingen mer presis* og det er positivt at stressnivået senkes hos soldaten som sitter mer *beskyttet*. Men det er trist at sivile liv omkommer i en krigssituasjon, det må vi bare beklage» [min kursivering] (Laagendalsposten.no 29.10.2010). Journalisten spør ordføreren om han hadde vært mer komfortabel dersom det ble produsert våpen på Kongsberg i mindre skala. Til det svarer han:

Nei, det hadde jeg ikke. Å si at vi skal slutte å produsere våpen er helt utenkelig og naivt, fordi konfliktnivået i verden ikke tillater det. Både vi og NATO trenger våpen for å *forsvare oss*. Å *være NATO-medlem forplikter* i forhold til å levere vår del av pakken, akkurat som de andre NATO-landene leverer våpendeler til denne alliansen [min kursivering] (Laagendalsposten.no 29.10.2010).

Her tar ordføreren i bruk mange av momentene kjent fra Forsvarsrammen i sin begrunnelse for hans holdninger og synspunkter. Han er overbevist om at evnen til å forsvare seg og å forsyne en militær allianse med en nasjonal våpenindustri, henger sammen og er nødvendig.

Statlig tilrettelegging er helt avgjørende for at våpenindustrien er vellykket. Våpnene i verden i dag er ofte avanserte og høyteknologiske. Alle våpenprodusenter kan oppleve at større statlig intervensjon er nødvendig for å opprettholde næringer som ellers ikke er økonomisk levedyktige. I dette stadig mer konkurranseutsatte militære markedet, vil aktørene fortsette å bli mer konsentrert snarere enn å bli mer diffust: bare stater som kan støtte, enten med høye nivåer av subsidiering, eller samarbeid vil være i stand til å opprettholde avansert våpenproduksjon, andre produsenter uten støtte vil ha vanskelig for å holde fotfeste (Krause 1992, s. 213-214).

Solum, kommunikasjonsdirektøren i Nammo, mener ikke det er riktig å se på overføringene fra staten som subsidier. Utviklingen av våpen og våpensystemer er samarbeidsprosjekter som går over lang tid og involverer partnerskap. Nammos kommunikasjonsdirektør virker oppgitt over at enkelte tilsynelatende har holdninger som tilsier at industrien opptrer tilforlatelig. Dette presiserer hun at ikke medfører riktighet, og vektlegger at industrien er svært langtidsrettet og tung:

Utviklingsprosjektene i denne industrien tar lang tid. All vår utvikling starter gjennom et operasjonelt behov hos kunden. Det er alltid flere parter som deltar i et utviklingsprosjekt, og som oftest deler alle parter på utviklingskostnadene ved et slikt prosjekt. Det er tidkrevende og kan vare i 5 til 10 år. Det er kanskje dette de ikke-statlige organisasjonene tenker på som subsidier. (...) Dette er en tung, konservativ og langsiktig virksomhet. Det er ikke slik at man lager noe ammunisjon én uke og sender det til et krigsområde den neste uken. (intervju 14.10.2013)

Som bevist gjennom mange eksempler representert av politikere fra ulike myndighetsorganer, blir det tydelig at den politiske gjennomslagskraften og virkelighetsforståelsen for industriens rammer er formidabel. Argumentene finner veien både til taler av forsvarsministeren, avisuttalelser av Utenriksministeren i Aftenposten, departementenes nettsider og pressemeldinger, LO-lederen og lokale ordførere, så vel som talspersoner ved den amerikanske ambassaden til Norge.

I forrige kapittel ble det redegjort for hvordan industriens tolkningsrammer samsvarer med generiske rammer. I dette kapittelet er det interessant å merke seg at *ekspertuttalelser* kan gi verdifull «kunnskapskapital» til teksten. Det har vist seg lønnsomt for en kilde å inneha denne *ekspertposisjonen* for å kunne få sine tolkninger videreført til mediene (Allern og Ihlen

2008, s. 245). For journalistene fremstår eksperter som troverdige kilder, som kan underbygge tolkningen i en tekst. Ofte brukes *offisielle kilder*, som en øvre representant fra myndigheter, institusjoner eller ledende organisasjoner, fordi de har høy sakkunnskap (Allern 2001a, s. 69). Dette gjør seg gjeldende, når politikere omtaler industrien innenfor de samme tolkningsrammene som de gjør selv. Journalistene bruker ofte uttalelser fra stortingspolitikere, ordførere, departementsråder og ministre, når de skriver om norsk våpenindustri. Konsekvensen blir at journalisten henter sin tolkningsramme gjennom dialogen med disse *autoriserte viterne*.

Selv om en ser likhetstrekk mellom tolkningsrammene industrien bruker og uttalelser som kommer fra myndighetene, sies det i denne oppgaven ikke noe om hvor rammen har sin opprinnelse. Ettersom kommunikasjonen mellom industri, Utenriksdepartementet og Forsvarsdepartementet har mange likhetstrekk, blir det litt som høna og egget og spørsmålet om hvem som kom først. De er nært knyttet, og har sammenfallende mål. Hvorvidt tankegodset tolkningsrammene er bygget på er utviklet vekselvis mellom dem, eller om det er politiske strategier som overfører tolkningsrammene til industrien, sier ikke denne oppgaven noe om. Gehøret er kanskje ikke like reelt med hensyn til spørsmålet om hvorvidt industrien har konstruert rammen i utgangspunktet, eller det er resultat av kommunikasjon det enes om mellom departementene og industrien. Eventuelt om departementene har skapt rammene og industrien adoptert dem.

## 5.2 Uansvarlighet

Det mest omstridte område når det gjelder norsk våpeneksport er, begrensning av eksport av krigsmateriell til diktaturer, krav om bedre sporing og merking av våpen og ammunisjon, strengere praksis og retningslinjer rundt eksport av deler og komponenter, samt krav om sluttbrukererklæringer fra alle land Norge selger våpen til, inklusiv nære allierte. I tillegg står ønsket om større åpenhet og mindre hemmelighold rundt norsk våpeneksport sterkt (Lie og Mikalsen 2012, s.23). Argumenter for at industrien ikke tar ansvar for å forbedre disse områdene er sentrale i uansvarlighetsrammen. Fredsaktivistene oppnår mindre, og annerledes politisk gjehør for sin ramme. Deres argumenter nevnes sjelden i stortingsmeldinger og av sentrale politiske organer. Momenter fra aktivistenes uansvarlighetsramme dukker derimot opp i leser, debatt- og meningsinnlegg skrevet av politikere. Aktivistene oppnår dermed også gjennomslagskraft, men på en annen måte, og på en arena mer preget av ideologisk opposisjon til dagens situasjon.

Et eksempel er Ola Tellesbø, som er 1. kandidat i Oppland, for Miljøpartiet De Grønne. Han skrev et innlegg på debattsidene i lokalavisen, Oppland Arbeiderblad, hvor han snakket om mange av de samme momentene som kommer fra i aktivistenes uansvarlighetsramme. Blant annet peker han på at man tjener penger på våpen som brukes i krig og at norsk næringsliv bidrar til å opprettholde krig i verden:

Miljøpartiet De Grønne ønsker at Norge skal være en fredsnasjon som bidrar til *ikkevoldelig konfliktløsning, utvikling og fred*. [...] De Grønne reagerer også på at Nammos fabrikk på Raufoss i Oppland sannsynligvis skal levere ammunisjon til de nye jagerflyene. [...] Den norske stat eier halvparten av aksjene i Nammo og *tjener dermed penger på produksjon og salg av våpen*. Miljøpartiet De Grønne mener dette ikke er forenlig med vårt *omdømme som fredsnasjon*, og ønsker ikke at norsk næringsliv skal være med på å *holde væpnede konflikter i gang*» [min kursivering]. (Oppland Arbeiderblad 11.7.2012, s. 23)

I uttalelsen går ikke-voldelig konfliktløsning, moralske kvaler med å tjene penger på krig samtidig som man er en fredsnasjon, og argumentet om å holde liv i væpnede konflikter igjen fra uansvarlighetsrammen.

På menings-sidene til Dagsavisen skrev Marielle Leraand, nestleder i det politiske partiet Rødt, et innlegg hvor hun blant annet påpekte at verdenen vi lever i, trenger sårt fred, ikke krig. Hun peker på at ved å eksportere til våre NATO-allierte land som igjen kan videreeksporteres våpen, kan Norges deler og våpen ende opp i krig. Følgen av dette er i hennes øyne at den norske stat og våpenindustrien profitterer på menneskers lidelser og død.

Norge har en offisiell politikk om ikke å eksportere våpen til land i krig, men våre allierte i NATO er unntatt fra disse bestemmelsene og kan også *videreeksportere våpen til krigsherjede områder*. Mesteparten av norsk våpeneksport går til USA, som har brukt norske våpen i krigene i Afghanistan og Irak. NRK viste i 2010 at 121 irakiske sivile var blitt drept av det amerikanske panserkjøretøyet Stryker, som den Kongsberg-produserte våpenstasjonen Protector er en del av. Norge har også eksportert store mengder av militært *utstyr til diktaturer i Midtøsten*. Kongsberg Gruppen produserer militært kommunikasjonsutstyr som eksporteres til Saudi-Arabia, som *brutalt har knust demokratibevegelsen* i Bahrain og sender militært utstyr til opprørere i det borgerkrigsherjede Syria. *Slik profitterer den norske stat på andre folks død og lidelser* [min kursivering]. (Dagsavisen 8.11.2012, s. 4)

Også i uttalelsene fra representanten fra Rødt gjenkjennes noen av kjernebudskapene i aktivistrammen. Det pekes indirekte på at loven ikke rammer slik den skal når våpen kan videreeksporteres til krigsherjede områder, at man ser vekk ifra tilfeller der man bidrar til å felle demokratibevegelser, i tillegg til at Norge ikke tar det moralske ansvaret, men snarere sitter igjen med profitt etter andre menneskers lidelser.

Som en konsekvens av at den norske regjeringen besluttet å kjøpe amerikanske jagerfly JSF (Joint Strike Fighter), venter regjeringen at USA gir kontrakter til norsk industri

til en verdi av 20 milliarder kroner for flydeler til JSF-produsenten Lockheed Martin. Etter avtalen ble inngått kom opplysningen om at israelske myndigheter også bestemte seg for å bestille 20 fly. Det medfører at Norge kan komme til å selge våpendeler til Israel. I Aftenposten kommer det frem at Sosialistisk Venstreparti ikke liker tanken på at Israel på denne måten får tak i norske våpendeler. «Hvis Norge ender opp med å selge våpen til Israel via USA, viser det bare hvor viktig det er å få på plass ordningen med sluttbrukererklæringer, sier nestleder Bård Vegard Solhjell i SV» (Aftenposten 17.8.2010, s. 14). SV stiller seg her bak aktivistenes krav om bedre kontroll, og økt ansvar for kunnskap om hvor materiell ender opp. På tross av at SV-politikerne gikk ut med slike uttalelser i regi av politisk overbevisning, satt de samtidig på Stortinget i den gjeldende perioden. De bidro med det til den *brede politiske enigheten på Stortinget* som industrien refererer til når de legitimerer egen virksomhet gjennom jussrammen.

Under følgende overskrift i Dagsavisen: «Kan få norske missiler», uttaler SV-veteran Stein Ørnhøi han synes lite om å utstyre kampfly med raketter. Han mener hovedproblemet ikke er at man tjener penger på eksport av forsvarsmateriell, men at Stortinget synes det er moralsk anstendig. I Dagsavisen står det: «Salgspotensialet for JSM, som produseres av Kongsberg Gruppen anslåes til mellom 20 og 25 milliarder kroner. Men ikke alle tar del i jubelen. Jeg synes rett og slett det er utrivelig. Det er ekkelt, og jeg registrerer at det faktisk er folk som synes at dette er storartet», sier SV-politiker Stein Ørnhøi til Dagsavisen. Eksportinntekter er ikke Norges grunnproblem, sier han og fortsetter:

Det betyr at vi kan koste på oss å ha en politisk anstendig og moralsk posisjon i forhold til å utstyre neste generasjon amerikanske kampfly med raketter. Vi vet fra nesten daglige erfaringer hva det amerikanske forsvaret bruker missiler til. Jeg føler ubehag ved tanken på at det skal være løpende produsert ved Kongsberg (Dagsavisen, 16.6.2012, s. 7).

Essensen, også i denne uttalelsen, viser til moral og ansvar, eller snarere mangel på det, ved at norsk våpenindustri rustet amerikanske kampfly med raketter.

En annen måte aktivistene får støtte for sine synspunkter på, er gjennom politiske arrangementer, som igjen oppnår pressedekning. Laagendalsposten skriver 7.11.2012 om «Fakkeltog mot våpen». Dette var en demonstrasjon arrangert av partiet Rødt, hvor aktivister gikk i stille prosesjon fra jernbanestasjonen til porten i teknologiparken der Kongsberg Gruppen holder til. Parolen de gikk under var «Norge tjener på krig». I artikkelen leser en at «Demonstrantene frykter at våpen herfra havner på steder hvor nasjonale og internasjonale spilleregler ikke praktiseres med samme omhu som i Norge og nasjonens nære allierte».



(Laagendalsposten.no 7.11.2012). Videre kan en lese at en rekke meningsfeller fra norsk organisasjonsliv deltok, og til sammen stilte om lag 40 mennesker opp til marsjen, deriblant representanter fra Fredslaget. Laagendalsposten som er lokalavisen i Kongsberg er godt kjent med problemstillingen og spør: «Kongsberg Gruppen svarer at de følger norske regler og forholder seg til rammer bestemt av Stortinget. Kommentar?» Hovorpå Rødts nestleder, Marielle Leraand svarer: «Jeg forstår jo det. Dette er storpolitikk, men vi finner det naturlig å markere og ta avstand fra at Norge profiterer på at mennesker dør ute i verden» (Laagendalsposten.no 7.11.2012). Journalisten har også tatt en prat med Laila Gustavsen som er stortingspolitiker for Arbeiderpartiet, og kommer fra Kongsberg. Hun uttaler «Jeg har vært saksordfører for mange av sakene som har omhandlet norsk eksport av våpenteknisk materiell til utlandet. Jeg vil si at vi har de *strengeste reglene i verden*, hva slik eksport angår. Vi har kontroll ned til hver skrue og mutter når det gjelder våpenteknisk materiell som er solgt ut av Norge» [min kursivering] (Laagendalsposten.no 7.11.2012). Hun bruker argumenter kjent fra jussrammen. Videre mener hun at demonstrantene konstruerer problemstillinger. På spørsmål fra journalisten om sluttbrukerkontrollen er godt nok kontrollert svarer hun:

Dette med sluttbrukerkontroll er gjenstand for debatt. Det diskuteres med våre NATO-partnere. Det kommer stadig anklager om dårlig kontroll, men vi har ikke funnet bevis for at våpen fra Kongsberg er brukt mot sivile. Men når dette er sagt, er det viktig å ha en tilnærming til debatten som er realistisk. Våpnene vi snakker om her er til bruk i væpnede konflikter. Men for Norge er det *viktig å være en del av denne industrien*. Dette har også med *vår egen forsvarssikkerhet* å gjøre [min kursivering] (Laagendalsposten.no, 7.11.2012).

Her kjennes elementer fra forsvarsrammen igjen, ved at det er viktig for Norge å ha en våpenindustri fordi det er den som styrker og sikrer vårt eget forsvar, og dermed rikets sikkerhet. Denne artikkelen viser hvordan de samme tolkningsrammene som våpenindustrien og fredsaktivistene bruker, brynes mot hverandre i en rammekonkurranse mellom politiske aktører. Dette viser at rammene som er identifisert i denne oppgaven i en noen grad kan sies å være universelle, de kan altså brukes også av andre aktører. En av grunnene til at det ikke er unaturlig at industrien og politikerne automatisk står nærmere hverandre er det statlige eierskapet. Det er likevel ikke det statlige eierskapet i seg selv som er et problem for Alexander Harang fra Norges Fredslag. Han mener problemet først oppstår når man ikke ser at det kommer noe konstruktivt ut av et slikt eierskap, men opplever at det snarere tvert i mot er dette eierskapet som gjør at våpenindustriens eksport og vekst i det hele tatt er mulig:

Vi har ikke et ideologisk forhold til om industrien bør være statlig eller privat eid. Vi har imidlertid et ideologisk forhold til hvor Norge selger hvilke våpen. Nammo produserer en rekke våpen de burde holde seg for god for å produsere, og leverer disse til en rekke land de ikke burde levert til. Om vi hadde

sett en vesentlig forbedring på dette feltet fra 2006 av, da staten kjøpte seg opp til 50 prosent av eierskapet i Nammo hadde dette vært et godt argument for statlig eierskap. Dessverre ser vi ingen slik positiv effekt. [...] Hadde bedriftene derimot vært totalt privateide hadde de aldri fått de avtalene de får i dag. (intervju 26.9.2013)

En av følgene det statlige eierskapet bringer med seg og Harang trekker frem som et problem, er at eierskapet fører til at industrien oppnår avtaler og betingelser de aldri ville gjort dersom de var privateide virksomheter. Loven ville vært den samme, men ifølge Harang er det ingen grunn til å tro at de ville oppnådd de samme partnerskapene og samarbeidsprosjektene som de gjør i dag.

Eksempelene fra datamateriale viser at fredsaktivistene til en viss grad oppnår politisk gehør for sin virkelighetsforståelse. Den politiske gjenklagen av aktivistenes ramme kommer fra små partier på venstresiden i norsk politikk. Den kjennetegnes av debattinnlegg i aviser, som også preges av et venstre-vridd standpunkt. Dermed overbeviser eller engasjerer budskapet kanskje ikke så mange mennesker med et ulikt politisk ståsted, som kanskje ikke leser den typen aviser. Her er det aktuelt å trekke paralleller til Ryan (1991) og hennes teori om at aktører av lavere status eller rang i samfunnet utpeker seg som *definitive underdogs* i rammekonkurransen, mens toppaktørenes rammer preges på sin side av en *ideologisk treghet*. Med bakgrunn i størrelse, økonomi og embete virker det rimelig å oppfatte representanter fra statlige eide industri-selskaper som Nammo og Kongsberg Gruppen som toppaktør, mens ideologiske aktivister som Changemaker og Norges Fredslag inntar underdog posisjonen. Toppaktørene i form av våpenindustriens og regjeringens ideologiske treghet som Ryan (1991) skriver om, kan her kanskje være det faktumet at disse konstant er mest opptatt av å forsvare at loven er streng og aktiviteten legitim, i stedet for å diskutere konsekvensene og eventuelt være tilbøyelige til å se på andre måter å innrette arbeidsplasser og forsvarsvirksomhet.

I oppgavens sjette og siste kapittel lanseres og diskuteres ideer omkring hvorfor den rådende samfunnsdiskursen i norsk våpenindustri og eksport vedvarer. Endelig konkluderes oppgaven, og i forlengelsen reflekteres det over metodiske valg og bidrag til videre forskning.

## 6 Diskusjon og konklusjon

Forrige kapittel handlet om hvorvidt våpenindustriens og fredsaktivistenes tolkningsrammer oppnådde politiske gehør. Det kom tydelig frem at industrien har en virkelighetsforståelse og benytter seg av tolkningsrammer som i stor grad er sammenfallende med de myndighetene bruker. Det gjør det lettere for industrien i møte med media. I dette kapittelet reflekteres det ytterligere rundt funn i analysen om rådende diskurs og hvordan samfunnsspørsmålet om norsk våpenproduksjon og eksport håndteres i norsk offentlighet. Her presenteres og diskuteres også faktorer som trolig er med på å forme og opprettholde denne diskursen. Deretter reflekteres det over metodiske valg, og hvordan disse valgene og avgrensningene har vært med på å prege både oppgavens fremtoning, dens kvalitet og funn. Avslutningsvis lanseres ideer for hvordan denne oppgaven kan inspirere og bidra til videre medieforskning.

### 6.1 Pressen som ideologisk våpen

Avisene i utvalget har svært ulike agendaer og markedsposisjoner. Dette speiles tydelig i hvordan avisene dekker saken, hvem som får snakke og hvordan nyhetene vinkles. Aktivistene slipper ofte til i Ny Tid og Dagsavisen. Da gjerne med en humanitær vinkling, hvor menneskeverd og demokratiske verdier står i sentrum. Våpenindustrien, på den andre siden, oppnår mye dekning i Dagens Næringsliv og i sine respektive lokalaviser, hvor eventyr-rammen med økonomiske verdier, arbeidsplasser og store kontrakter omtales.

Pressen spiller en sentral rolle i meningsytring, samfunnsdebatt og folkeopplysning. Den er en viktig arena for hva og hvor mye folk vet om hva som foregår i forhold til våpenproduksjon og eksport. «Både i liberal presseteori og i det journalistiske normsystemet har idealet om at pressen skal være en «fjerde statsmakt» en sentral plass. Den vanskelige tolkningen av uttrykket er at nyhetsmediene representerer et kritisk korrektiv, en «motmakt» til de ordinære statsmaktene» (Allern 1996, s.39). Under hovedpunkt én (om pressens samfunnsrolle) på pressens Vær Varsom-plakat (etiske normer for pressen), opplyses det om pressens oppgaver sett i sammenheng med rollen som «den fjerde statsmakt». Punktene lyder:

*1.4. Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.*

*1.5. Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.*

«Dette er idealer og oppgaver som det hersker bred enighet om i presseorganisasjonene og redaksjoner. De uttrykker nyhetsmedienes klassiske egenforståelse i å skulle granske makthaverne og «avdekke kritikkverdige forhold» (Allern 1996, s. 39). På tross av at det er stor enighet i samfunnsoppdraget, er ikke alle like fornøyde med graden av kritisk journalistikk som finnes om norsk våpenproduksjon- og eksport: «Mediene har et viktig samfunnsoppdrag i å følge med, stille kritiske spørsmål og sette dagsorden. Men akkurat på norsk våpeneksport og produksjon er det få som gjør det» (Tove Lie, forfatter av boken Fredsnasjonens grenseløse våpenhandel, Ny Tid 8. Juni 2012, s. 10).

Også Alexander Harang fra Norges Fredslag mener industrien slipper unna og reagerer på at mange journalister ikke i større grad skriver om temaet. Han kunne ønske at journalistene bidro til en mer «føre var» innstilling, ved å fokusere på *hvordan* våpen havner på avveie og hva som kan og burde gjøres for å hindre at det skjer. I stedet for å skrive om saken når skaden allerede har skjedd, og våpen har havnet på avveie.

Hvorfor skrives det ikke mer om hvordan staten legger til rette for industrien? Journalistene er flinke til å skrive når det kommer et norsk våpen på avveie. Men det som gjør at de kommer på avvei skrives det ikke mye om. Det med lojalitet og allianser skrives det svært lite om. Hvorfor kommer industrien unna med å snakke om stor sivil nytte av 'spin off' av teknologien? Hvorfor skriver ingen om subsidiering av våpenindustrien og deres våpeneksport som tema? Norge subsidierer våpen, mens verden sliter med for mye krigsmateriell i omløp. (intervju 26.9.2013)

Om pressedekningen av debatten om norske våpenindustri og eksport sier Ingrid Aas Borge i Changemaker at hun ikke tror den jevne befolkning vet nok, samtidig er hun klar på at det finnes grenser for hvor detaljert det er hensiktsmessig at en slik debatt er. Aktivistlederen vektlegger den viktige posisjonen media spiller i forhold til å få folk til å legge press på myndigheter:

Folkeopplysningen er ikke er god nok. Vi er opptatt av å holde det på et prinsipielt nivå. Detaljene trenger de som skal lage endringene i regelverket. Likevel, uten et folkelig press er det vanskelig og skape endring. Det må problematiseres på et folkelig og generelt nivå. Nå er den ikke tilstrekkelig. Det kommer tilbake til media. Det er litt rart at media generelt ikke er så veldig opptatt av det. [...] Jeg tror ikke man klarer å bevege norske myndigheter om de ikke føler nok press fra media og fra folk. En av de viktigste måtene folk utøver press mot myndighetene på er gjennom media. (intervju 9.10.2013)

Medienes nyhetskriterier spiller inn på hvordan omtalen og dekningen av våpenindustrien fremstår. Ettersom journalistens valg og tolkninger først og fremst forbindes med *aktualitet*,

kan kanskje dette vedvarende motsetningsforholdet mellom fredsaktivistene og våpenindustrien fremstå som lite nytt og aktuelt. *Vesentligheten* til norsk våpenindustri forekommer i ulike former, og kanskje hyppigst innenfor økonomi og næringslivsdelen. Det er gunstig for gjennomslagskraften til argumentene i eventyr-rammen. Når leseren føler nærhet til temaet, for eksempel gjennom kulturell eller geografisk tilhørighet vekker den større oppmerksomhet for akkurat den leseren (Allern 2001a, s.55). Det kan gjøre det lettere å få gjennomslag for industriens argumenter i lokalaviser. Journalistene kan *personifisere* innholdet for å skape en identifikasjon ved at det handler om for eksempel arbeidsplasser. Det *sensasjonsbaserte* nyhetskriteriet vekkes til live dersom det dukker opp våpen på avveie, eller dersom kontroverser som at Israel bruker våpen fra Norge kommer til overflaten. Konfliktkriterier er stadig tilbakevendende ettersom uenigheten og motsetningsforholdene er vedvarende. Eventyr-rammen industrien og myndighetene bruker fungerer godt mediestrategisk fordi den har høy kulturell resonans (Gamson og Modigliani 1989).

Statsviterne Thune og Lunde (2013) uttrykker bekymring for hva den brede enigheten på Stortinget gjør med medias rolle som kritisk aktør, og beskriver utenrikspolitikken i Norge som unison i den forstand at kritisk debatt i og av media lider under enigheten. De mener at i den norske utenrikspolitikken er bred partipolitisk enighet ikke bare en verdi, det er også et institusjonalisert system og en mental tilstand. Følgen av dette er at avgjørende norske utenrikspolitiske spørsmål blir drøftet mellom alle viktige politiske partier på Stortinget, for på den måten å sikre mest mulig enighet, før beslutningene fattes eller tiltak gjennomføres (Thune og Lunde 2013, s. 138). Dette får konsekvenser ettersom media og dermed offentligheten ikke har innsyn i verken samtalene eller arbeidet til komitéen som finner sted på Stortinget:

Konsekvensen av «enighetsproduksjonen» er at politiske motsetninger i utenrikspolitikken reduseres, noe som er en fordel, men som også kan være et problem fordi reel uenighet dekkes over og skjules, og fordi dissens fremstår som negativt og illojalt. Dessuten holdes offentligheten utenfor beslutningsprosessene, og den kritiske debatten om avgjørende spørsmål svekkes når uenighet tildekkes [...] Dessuten mister nyhetsmedia mye av sitt potensial som kritisk aktør. Når enighet blant sentrale aktører etableres som prinsipp, forsvinner journalistenes tilgang på kritiske kilder, og debatten blir grunnere (Thune og Lunde 2013, s. 138-139).

Om en «enighetsproduksjon» hvor diskrepans i utenrikspolitikken gjemmes er tilfelle, er det grunn til bekymring. Det er en usunn tilstand å befinne seg i, dersom en ønsker et velfungerende og meningsmangfoldig demokrati, med en saklig og kritisk presse. Situasjonen beskrevet av Thune og Lunde (2013) er ikke nødvendigvis enestående i norsk sammenheng. Edward Kolodziej skriver i boken «Making and Marketing Arms» (1987) at det er fremkalt et

slags demokratisk samtykke innenfor en politisk prosess som styrer informasjonsflyten gjennom sonderinger og evalueringer av våpen og velferdsytelser i det militær-industrielle kompleks. Han mener at politikken generelt i våpenproduksjon og eksport i stor grad er isolert fra debatt som en følge av partiske aktører og en blendet offentlighet (s.402).

På tross av at enkelte ytrer bekymringer i forhold til åpenheten og den kritiske debatten rundt norsk våpenindustri- og eksport melder Utenriksdepartementet at de arbeider for økt åpenhet blant annet gjennom den årlige stortingsmelding om forsvarsmateriell. «Regjeringen tok i 1995 initiativ til en egen årlig stortingsmelding om omfanget av den faktiske forsvarsmaterielleksporten fra Norge» (St.meld.nr. 8, [2012-2013] s. 15). Departementet viser til at det de siste årene har vært en økende interesse fra sivile organisasjoner og presse for eksportkontroll og forsvarsmateriell. Regjeringen hevder videre i stortingsmeldingen at den er «opptatt av å delta i debatten, og på denne måten bidra med underlag til en bred diskusjon om spørsmål knyttet til denne delen av norsk sikkerhetspolitikk» (St.meld.nr. 8, [2012-2013] s. 15). For å bidra til dette har regjeringen, siden 2007, invitert presse og organisasjoner til et møte for å presentere eksportkontrollmeldingens innhold på selve fremleggelsesdagen.

Journalistene beveger seg i kritisk farvann dersom de dekker våpenindustrien og den norske våpeneksporten ved kun å bruke tolkningsrammer fra én side i debatten, og på den måten opptrer i flokk (Ihlen 2007, s. 31). Ettersom jeg ikke har gjort noen kvalitativ vurdering av mengden dekning av den ene eller andre rammen har jeg ikke belegg for å si noe omkring dekningsgraden av rammene. Dersom det blir den generelle oppfatning at norsk våpenindustri- og eksport er et lovlydig industrieventyr som gjør oss tryggere, uten at aktivistenes konkurrerende tolkningsramme vies noe plass, er det uheldig. Da hindres aktivistene i å inspirere til andre tolkninger og forståelser av norsk våpeneksport. Som Pavlik (2001) påpeker vil en slik situasjon kun bidra til å opprettholde status quo i samfunnsspørsmålet ved at våpenindustrien og dens eksportvirksomhet ikke omtales i problemstillinger som setter saken inn i en bredere sammenheng. Nyhetshendelser i forbindelse med industrien og eksporten blir da kun innrammet innenfor det allerede rådende paradigme av sosial og politisk virkelighet, og vil på den måten kun forsterker stereotyper og de eksisterende politiske agendaer ved å reproducere doxa (Hågvar 2007 s. 52). Dersom ikke også aktivistene får sin tolkningsramme på trykk i aviser, blir industriens og myndighetenes rammer innbakt i organisatoriske rutiner. Det kan føre med seg tradisjonelle vinkler i avisene og en kildekontakt preget av systematikk, som igjen kan føre til at det kildene fra

våpenindustri og regjeringsmedlemmer sier fremstår som naturlig, og i verste fall udiskutable. Dermed stimuleres det ikke til økt kunnskap og bred debatt.

## 6.2 Bukken til havresekken

Det militærindustrielle triangel, maktapparatet som omfatter forsvaret, sentrale myndighetsrepresentanter og forsvarsindustrien har tette bånd. Det er nærliggende å lure på hva de tette båndene og de sammenfallende tolkningsrammene har å si for hvordan debatten tar form, og hvorfor det er industriens tolkningsrammer som oppfattes som rådende politiske diskurser i Norge. Som nevnt er kausaliteten og rammens opprinnelse et interessant aspekt. De tette båndene og det mangfoldige samarbeidet mellom industrien og sentrale departementer preger saken om industriens produksjon og eksport.

Kyrre Lohne i Kongsberg Defence System forteller «Vi har lang historie og fartstid, og vårt omdømme er sterkt hos både politikere og publikum generelt» (intervju 26.9.2013). Lagfølelsen kommer også tilsyne i mediedekning fra tid til annen. For eksempel her: «Ministeren har tro på KOG i Brasil» står det på Laagendalspostens nettavis 21.2.2011. I saken kommer det frem at daværende Nærings og handelsminister Trond Giske ønsker ytterligere vekst av eksport av norske varer til Brasil. I den forbindelse tok han med seg en delegasjon på 120 personer fra norske bedrifter, myndigheter og bransjeorganisasjoner fra Norge til Brasil. I saken uttale Giske: «Kongsberg Gruppen har *fantastisk teknologi*. Jeg er svært fornøyd med at vi har fått dem inn på møter i både oljeselskapet Petrobras, *Forsvarsdepartementet* og Havneministeriet. Det er en enorm infrastruktur her i Brasil, med store fornyelsesprosjekter på gang. Det gir *gode muligheter* for et selskap som Kongsberg Gruppen» [min kursivering]. Videre kan en lese at siden de reiste ned med den største delegasjonen som noensinne har fulgt en nærings- og handelsminister, er det fordi de ønsker å åpne dører for norske bedrifter. Giske uttaler: «Det har stor betydning for bedriftene å møte beslutningstakere på høy nivå. Det gir dem en fot innenfor et spennende *marked i sterk vekst*, noe som på sikt også vil bidra til å *styrke arbeidsplasser* der hjemme» [min kursivering]. Handels- og næringsministerens uttalelser illustrerer aktivitetsnivået det jobbes på fra øverste politiske hold, for å sikre kontrakter, arbeidsplasser og markedsandeler til norsk forsvarsindustri.

Et annet eksempel er en sak publisert på Laagendalsposten 26.4.2013, hvor stortingsrepresentant Laila Gustavsen (Ap) uttaler seg om arbeidet norske myndigheter har gjort med å få på plass Kongsberg Gruppens Joint Strike Missile (JSM) på kampflyet F-35.

*Vi har stått på for norsk industri over lang tid. I forsvarsmarkedet holder det ikke med å ha et godt produkt. For å få solgt noe som helst i USA er industrien avhengig av at norske myndigheter stiller opp. Det har regjeringen gjort og det ser vi resultater av nå. For meg har integrering av JSM vært et politisk mål. Det kommer til å sikre mange arbeidsplasser i Kongsberg og i en stor underskog av norske bedrifter. Jeg forventer at flere land kommer til å kjøpe missilet. All ære til Kongsberg Gruppen, Forsvaret, forsvarsministeren og Team Norway som har jobbet grundig og lenge for å få dette til [min kursivering]. (Laagendalsposten.no, 26.4.2013)*

I uttalelsen til lokalavisen legger stortingsrepresentanten ikke skjul på at regjeringen jobber hardt, intenst og fremtidsrettet for at industrien skal lykkes. Gustavsen legger heller ikke skjul på at hun vurderer det som et politisk mål at Kongsberg Gruppens Joint Strike Missile skal bli integrert i de nye kampflyene F-35. I samme åndedrag deler hun ut heder og ære til hele det militærindustrielle triangelet.

Fredslagets leder Alexander Harang klargjør at deres overordnede tilnærming til våpenhandel, er at det først og fremst er et politisk problem og at industrien gjør det de gjør fordi myndigheter tilrettelegger for det. Han påpeker også at det er politikere som går til krig, ikke verken industri eller soldater. Det er Utenriksdepartementet som til slutt virkelig kan utgjøre en forskjell med sine eksportlisenser. Harang konstaterer:

Det er politikken som setter reglene og tillater krigsprofitt og tilrettelegger for våpeneksport. Det er viktig for oss å understreke at det er politikere som går til krig, ikke soldater eller krigsindustrien. Hvis vi snakker etikk på en generalforsamling har det ikke tilsvarende effekt som et nei på en søknad til Utenriksdepartementet om å få eksportere til et nytt land. (intervju 26.9.2013)

I intervju med Sissel Solum, kommunikasjonsdirektør i Nammo stilte jeg spørsmålet om det var et samarbeid mellom departementet og industriens kommunikasjon, i og med at den i så stor grad inneholder de samme argumentene. Sissel Solum fra Nammo avkreftet dette i stor grad og eksemplifiserte:

Vi blir ikke forhåndsvarslet når Forsvarsdepartementet eller Forsvaret sender ut pressemeldingene sine og hva de sier. Men jeg forsøker å få mine kollegaer som forhandler kontraktene med dem til å avtale tidspunkt omkring pressemeldinger, slik at vi noen ganger kan sende ut en samtidig som dem. Men dette er det først og fremst kunden, og da altså Forsvarsdepartementet som bestemmer. Det samme gjelder også for kunder i andre land. En nasjonal myndighet ønsker selv å bestemme hva som er sensitivt eller ikke. Vi forholder oss til dette. (intervju 14.10.2013)

Solum forfekter et tydelig kunde og leverandørforhold som de forholder seg til ovenfor sin kunde i Norge (Forsvarsdepartementet) og andre land. På spørsmål om hvor industrien slutter og politikken begynner påpeker, Ingrid Aas Borge leder av Changemaker, at: «Det er nettopp det som er vanskelig. Det er et rent politisk spørsmål hvorvidt vi skal produsere og eksportere våpen. Så hele eksistensen til industrien hviler på en politisk beslutning. Industrien er en konsekvens av politikken» (intervju 9.10.2013). Alexander Harang i fredslaget, er enig med



Borge i Changemaker: «Jeg vil si at våpenindustrien begynner med politikken og dens tilrettelegging. Politisk sett sier man at man ønsker en utvikling i det militære og legger så penger på bordet. Industrien er avhengig av politikken for å få et marked både hjemme og ute» (intervju 26.9.2013).

Kommunikasjonsdirektør i Nammo er ikke enig i at det er vanskelig å skille politikken og industrien. Hun stadfester og forsikrer at «Nammo er en næringsvirksomhet og ingen politisk institusjon» (Intervju 14.10.2013). Hun konstaterer:

Vi må forholde oss til enhver sittende regjering og når myndighetene sier at regelverket er slik, er det veldig enkelt; da blir det sånn. Vi kan snakke med Utenriksdepartementet og fortelle at andre land har større frihet enn oss. Alt som har med produksjon, salg og eksport fra våre enheter er vårt ansvar. Alt annet er politisk styrt, sånn er det i alle land og slik må det være. (intervju 14.10.2013)

Nammo mener det er store skiller mellom industrien og politikken, og at både ansvarsområde og handlingsrom mellom dem ikke byr på problemer.

Alexander Harang fra Norges Fredslag, vektlegger at aktørene i rammekonkurransen har ulike forutsetninger og peker på at de tette båndene mellom industrien og myndighetene gjør at myndighetene hører mye mer på industrien enn aktivistene. En situasjon han betegner som å sette bukken til havresekken. Han utdyper og eksemplifiserer:

Industrien har en helt annen tilgang på politikerne enn det vi har. I kjølevannet av den arabiske vår skjedde det en del ting på Stortinget. Nammo og Kongsberg fikk egne møter med Utenriks- og forsvarskomiteen, hvor vi ikke fikk møte. Sånn er det kontinuerlig. Politikerne tar næringen mer på alvor, og kommer dem mer i møte. De tar industriargumentene mer alvorlig enn de fredspolitiske argumentene. Når du ser på teknologi, arbeidsplasser og distriktspolitikk er det ikke vanskelig å skjønne hvorfor politikerne heller vil høre på Kongsberg enn Fredslaget. Selv om det ofte innebærer å sette bukken til havresekken. (intervju 26.9.2013)

Fredsbevegelsen stiller spørsmål ved de tette båndene mellom industrien og myndighetene, og om det virkelig eksisterer selvjustis nok til å inneha alle rollene rundt bordet på en og samme tid.

Ihlen (2001) skriver om miljømakt og hvordan miljøorganisasjonene, med Bellona i front besitter ekspertise i forhold til mediene og oppnår stort mediegjennomslag. Han mener gjennomslaget blant annet kan leses som et tegn på at de eldre miljøorganisasjonene har blitt en «naturlig» del av kildenettet til journalister, og at det igjen trolig skyldes behovet for faste leveranser av sterke meninger som får temperaturen til å stige i spaltene, kombinert med en klar og sterkt engasjert lederskikkelse som alltid lar seg intervju (s. 321-322). Det finnes ingen Bellona i kampen og debatten omkring norsk våpenindustri og eksport. Det er mange organisasjoner som jobber iherdig og besitter mye kunnskap, likevel kan ikke debattnivået og

gjennomslaget sammenlignes. Kanskje har det å gjøre med at konsekvensene av våpeneksport ikke treffer den generelle befolkning, og på den måten blir det noe det er enklest og mest behagelig å ikke relatere seg til. I dette datautvalget identifiseres og gjenkjennes det ikke rammer som i hovedsak tar utgangspunkt i den generiske «The human interest frame» som gir tekstene et menneskelig ansikt og byr på en følelsesmessig vinkling av temaet eller saken. Kanskje det er med på å skape en distanse hos befolkningen og politikerne i forhold til de faktiske konsekvensene våpen som brukes i krig kan føre til?

Aktivistene fremstilles gjerne av industrien som typiske «nei til alt»-aktivister, som myndigheter og industri ikke tar særlig alvorlig. Selv om aktivistene er kunnskapsrike og kreative, slipper de oftest til på plattformer som er smale, og ideologisk politisk vektet. I konkurransen mot sterke politiske, økonomiske og militærteknologiske krefter virker det da vanskelig å vinne kampen om tolkningsrammen, og dermed også påvirke den rådende samfunnsdiskursen.

Harang mener langt på vei at industrien særbehandles. Det er han ikke alene om. Også den tidligere politiker og forfatteren Feinstein, som har skrevet «The Shadow World – Inside the Global Arms Trade» (2012), hevder at den militære industrien får unik behandling av myndighetene. Han skriver blant annet om hvordan representanter fra regjeringen opptrer som salgspersoner for selskapene, og mener denne aktiviteten bedrives fordi dersom våpenselskapene lander betydelig kontrakter, styrker det den nasjonale økonomien. Det sees også på som en styrking av nasjonal sikkerhet og utenrikspolitikk. Denne politiske intervensjonen, legitimert av nasjonal sikkerhet, sikrer at våpenhandelen kan operere i det Feinstein kaller «sin egen privilegerte skyggeverden», der han hevder at industrien stort sett er immun mot lover og økonomiske hensyn andre selskaper må ta (Feinstein 2012, s.524-534).

## **6.3 Våpen til forsvar – eller krig?**

Den umiddelbare konsekvensen av krig er stor økning i etterspørsel av våpen. En langvarig konflikt gjennomsyret av flere kriger, skaper økte krav til overføring av militær teknologi og utvikling av forsvarsindustri (Krause 1992, s. 17). Der det er krig og konflikter, eksisterer etterspørsel av våpen, ammunisjon og militært materiell.

I Norge er eksport av strategiske varer, varer som kan påvirke en fremmed stats militære evne, underlagt statlig eksportkontroll. Det betyr at en må søke til UD om en lisens for å få lov til å eksportere slike varer. Lisensavgjørelser baseres på det norske

eksportregelverket der hovedsynspunktet «bør være at Norge ikke vil tillate salg av våpen og ammunisjon til områder hvor det er krig eller krig truer, eller til land hvor det er borgerkrig». Norge skal heller ikke eksportere våpen eller ammunisjon til land som bryter grunnleggende menneskerettigheter og land med udemokratiske styresett (Wallacher, 2010 s. 5). Totalt eksporterer Norge rundt 70 prosent av militært materiell og utstyr (St.meld.nr. 8 [2012–2013]). Kongsberg Defence System eksporterer mellom 70 og 80 prosent og Nammo eksporterer nærmere 90 prosent (intervju Lohne 26.9.2013 og Solum 14.10.2013). Mye av det som eksporteres, er unntatt hovedregelen om salg til områder i krig og hvor krig truer. Dermed skjer videresalg til tredjeland utenfor norsk kontroll – nettopp fordi det *bare* dreier seg om deler og komponenter. Delene blir en del av et internasjonalt samarbeidsprosjekt. Dette fører til at sluttproduktet *ikke fremstår som norsk* eller har *flernasjonal identitet*. Disse unntaksbestemmelsene gjør at norsk våpenteknologi fra Kongsberg og rakettmotorer fra Nammo kan selges videre fra deres samarbeidspartner Raytheon i USA, til land som Israel, Jordan og Saudi-Arabia uten å bryte det strenge norske regelverket (Lie og Mikalsen 2012, s. 189-190).

Som tolkningsrammeanalysen viser, snakker industrien konsekvent om forsvarsindustri og eksport av forsvarsmateriell, mens fredsaktivistene i Changemaker og Fredslaget alltid bruker ord som krigsmateriell og krigsindustri. Når en ser disse to diametralt ulike retoriske posisjonene opp i mot hverandre, kan debatten kokes ned til om man bidrar med våpen og våpenmaterieell til *forsvar* eller *krig*. Aktørenes rammer bygger på hver side opp om denne kommunikasjonsutfordringen gjennom vokabularet de tar i bruk i omtalen. Industrien snakker om hvordan de bidrar til en sikrere fremtid, gjennom å utstyre en sterk allianse med de mest høyteknologiske våpnene som fører til at færre soldater og sivile drepes i krig. Aktivistene, på den andre siden, snakker om norske bidrag til våpenkappløp, norsk-konstruerte drapsmaskiner, hvordan den norske våpenindustrien pumper våpen inn i konflikter og dermed skaper økt sikkerhetstrussel.

Hovedfokuset i pressedekningen er hovedsakelig grunnet i én eller flere av industriens tolkningsrammer. Dette illustrerer hvordan tolkningsrammer bidrar til utelukking av aspekter og dirigerer oppmerksomheten til noen bestemte sider av saker fremfor andre (Entman, 1993). Det blir tydelig at det for noen er etiske problemstillinger i debatten, mens andre tar politiske hensyn.

Statsviterne Henrik Thune og Leiv Lundes (2013) bok «Hva Norge kan være i verden» adresserer blant annet mangelen på utenrikspolitisk debatt i Norge, og hevder å ha skrevet

boken som et argument for mangelen på bred utenrikspolitisk interesse, og hvordan denne mangelen står som et uttrykk for et alvorlig politisk sykdomstegn som de mener må kureres. De vektlegger at viktige problemstillinger overses, og muligheter som burde utnyttes forsvinner fra politikken. Selv om mange nordmenn tenker på Norge som en fredsnasjon, er det kanskje ikke lengre så rettmessig som mange liker å tro:

Likevel er det verken riktig eller realistisk, å forstå Norge som et særskilt idealistisk land i verden. Norske selskaper og den norske stat er ikke noe mindre aktive, eller mer kritiske, overfor repressive regimer med dårlig menneskerettighetsskussmål enn mange andre land og selskaper. Norske selskaper investerer i alle verdens land, og i motsetning til for eksempel USA, har Norge ingen etablert tradisjon for å innføre nasjonal sanksjoner og tiltak, når ikke resten av verden greier å bli enige om hva som bør gjøres. (Thune og Lunde 2013, s. 122)

Den norske våpenindustrien, med Kongsberg og Nammo i spissen legitimeres, i all hovedsak av norsk regelverk, og massiv støtte fra et samlet Storting. Når aktivister vies spalteplass i avisene og forsøker å bidra med fakta og skape diskusjon, blir debatten som oftest lagt død kort tid etter. Det til tross for at både industrien og myndigheter ofte sier at de ønsker en slik debatt velkommen. Våpenindustriens tolkningsrammer, som også bekreftes fra høyt politisk hold, skaper både sperrer og strategiske utfordringer for aktivistenes politiske handlingsmuligheter (Eide og Hernes 1987, s. 61).

I forskningsintervjuene tok jeg opp den påfallende konsekvente retorikken som brukes av aktørene på hver sin kant. Fredslagets leder Alexander Harang var glad for funnet, og kunne fortelle at Fredslaget allerede i 2004 startet prosjektet med å døpe om forsvarsmateriell til krigsmateriell:

Vi ble inspirert av Sverige, hvor selv riksdagen nå konsekvent refererer til krigsmateriell heller enn forsvarsmateriell. Materiell vi snakker om brukes for og i krig, så det er definitivt krigsmateriell det bør kalles. Vi plantet krigsmateriellbegrepet først i de andre fredsorganisasjonenes vokabular. Dette var veldig bevisst og tydelig forklart. Etter hvert utvidet vi, slik at krigsmateriellbegrepet med tiden er blitt brukt i media, hvor begrepet nå har fått et godt feste. Dette er en retorisk viktig kamp jeg føler har vært vellykket. Vi har endret norsk offentlighet. (intervju 26.9.2013)

Harang er godt fornøyd med at begrepet befester seg hos flere og flere og har et mål om at både Storting og regjering i fremtiden skal bruke krigsmateriellbetegnelsen. Ingrid Aas Borge leder i Changemaker bekrefter den retoriske strategien, og mener det er det mest betegnende navnet, ettersom våpnene og materiellet kan ende opp i krigssituasjoner, eller steder hvor menneskerettigheter brytes:

Så lenge delvis eller helt produsert norsk militært materiell ikke kan kontrolleres tilstrekkelig og vi har eksempler på at de har havnet steder de ikke skal som en følge av mangelfull merking og sporing av

våpnene, kaller Changemaker det krigsmateriell. Når materiell vi eksporterer til våre NATO-allierte er så sammenfallende med den typen materiell de allierte igjen videre-eksporterer, er det ingen måte man kan si at det ikke er noen fare for at norskprodusert materiell havner i nei-land. Når det på ulike måter muligens kan ende opp der det er krig eller krig truer eller de ikke respekterer menneskerettigheter kan vi ikke vite om det brukes i krig eller til undertrykking. (intervju 9.10.2013)

Borge forteller videre at når hun deltar på høring i Utenriks- og forsvarskomiteen – og konsekvent bruker ordet krigsmateriell, er det enkelte av komiteens politiske medlemmer som fnyser av henne. «Når jeg konsekvent sier krigsmateriell, himler enkelte med øynene og sier «hører du sier krigsmateriell» på en utrolig nedlatendemåte» (intervju 9.10.2013).

Kyrre Lohne i Kongsberg Defence Systems forteller at også han har merket seg den retoriske strategien, og er litt oppgitt over ordbruken: «Det er retorikk. Vi bruker forsvarsmateriell i vår retorikk» (intervju 26.9.2013). Han forklarer hvorfor han mener at forsvarsmateriell er det riktige uttrykket:

Vi har solgt 15 000 våpenstasjoner til USA. Andre snakker om hvor mange våpenstasjonene har drept, og ser ikke på hvor mange liv som samtidig blir spart. Faktumet er at både allierte liv, og liv på den andre siden spares ved at man bruker ny teknologi og sikrere våpen.[...] Det er slutt på den tiden da man tapte mange soldater i store slag. Nå er det store konsekvenser dersom et liv blir tapt. Norge har vært i Afghanistan i mange år og mistet 10-11 soldater. (intervju 26.9.2013)

Når Lohne forklarer begrepet dukker elementer fra forsvarsrammen opp. Han peker på den økte sikkerheten og de forbedrede resultatene i krig. Markedskoordinator i Kongsberg Defence System, Ragnhild Nilsen supplerer og utdyper:

Våpenstasjonen vår setter operatøren i en tryggere posisjon enn tidligere. Den sparer liv fordi den som er inne i stridsvogna nå kan sitte trygt og beskyttet, og på den måten unngå stress og øke sannsynligheten for å ta dårlige beslutninger. (intervju 26.9.2013)

Nilsen poengterer altså forsvarsrammens hovedpoeng med at man i større grad reduserer unødvendige ødeleggelser og tapte menneskeliv, gjennom at man forsvarer seg og sine allierte på en smartere måte.

Sissel Solum fra Nammo mener ordbruken er opplagt: «når man sier at man har et forsvarsdepartement, har vi vel også en forsvarsindustri? Eller så hadde Forsvarsdepartementet måtte hete Krigsministeriet eller Krigsdepartementet» (intervju 14.10.2013). Hun mener fredsaktivistenes omtale av industrien som krigsindustri, ikke er forståelig, og hevder at «industrien ikke hadde hatt noen funksjon eller eksistert om vi ikke hadde et militært forsvar» (intervju 14.10.2013). Hun peker på et eksempel fra da norske soldater ble utsatt for en veibombe i Afghanistan: «I etterkant gikk kritikken på at de ikke var beskyttet godt nok, og ikke hadde bra nok utstyr. Da kan man velge om man vil ha en

egenkontrollert produksjon av spesialprodukter i eget land, eller om man skal anskaffe det hos andre» (intervju 14.10.2013). Solum påpeker, ved hjelp av eksempelet fra Afghanistan, at Norge uansett *trenger* forsvarsmateriale, og dersom vi lager det selv, kan en ha en annen kontroll med det enn om Norge måtte importere dette fra andre land.

Alexander Harang fra Fredslaget forteller at hans og andre fredsorganisasjoner opplever å bli kritisert av industrien. Kritikken de som fredsaktivister har blitt konfrontert med gjennom tiden, har forandret seg. «Når vi formet debatten for ti år siden synes industrien vi var kunnskapsløse. Det gjør de ikke lengre. Vi blir sjelden anklaget for å være uvitende eller å komme med faktafeil. Industrien synes likevel ofte vi fremstår som naive idealister. Selvsagt er vi idealister, men vi er ikke naive» (intervju 26.9.2013). Han oppfatter at industrien tillegger fredsaktivistene meninger de ikke har, som for eksempel at de er i mot et norsk forsvar:

Både Kongsberg og Nammo prøver å lage et skille mellom oss som pasifister og dem som ikke-pasifister. Det handler imidlertid ikke om at vi ikke vil ha et forsvar. Vi er for et forsvar av Norge, men vil at dette skal være defensivt innretta. Dersom våpenindustrien virkelig lagde materiell for å forsvare eget land og egne legitime interesser, slik opprinnelig tanken bak Forsvaret var, hadde det ikke vært noe problem. (intervju 26.9.2013)

Fredslaget er altså ikke i mot forsvarsvirksomheten, men ønsker at den type virksomhet skal være innrettet for eget lands del, og ikke eksportere. Som Nammos kommunikasjonsdirektør, Sissel Solum, klargjorde tidligere, er en slik innretting av en forsvarsindustri ikke økonomisk forsvarlig. Dette fordi utviklings- og produksjonskostnadene er så høye at det ikke er mulig å produsere, og utvikle disse varene om man ikke får eksportere til flere land.

Ingrid Aas Borge fra Changemaker føler på sin side at industrien ikke alltid tar dem like seriøst og oppfatter at de prøver å fremmedgjøre dem ved å tillegge dem holdninger de ikke har. Men, hun mener media tar dem alvorlig:

Industrien ufarliggjør oss ved å si sånne ting som at vi vil at industrien skal legges ned, og at vi ikke ønsker at de skal tjene penger. De anklager oss for å lyve, og sier de ikke har noe å si til oss og at vi heller må snakke med norske myndigheter. Det gjør de jo for å spille oss ut på sidelinjen og på den måten gjøre oss til en ikke-aktuell aktør. Media tror jeg tar oss mer alvorlig. (intervju 9.10.2013)

En av faktorene som gjør at Borge føler ubehag med situasjonen, er at befolkningen er uvitende i forhold til den store forskjellen i hvordan bedriftene kommuniserer i media og hvordan kommunikasjonen er i salgsmarkedet: «Det flesteparten av norske folk ikke har innsikt i, er hvordan industrien kommuniserer på våpenmesser, hvordan de kommuniserer i

markedet. Det er ganske forstyrrende. Da snakker de nærmest om våpenenes drapsprosent. Dette våpenet er kjempeeffektivt og er *Combat Proven*<sup>20</sup>» (intervju 9.10.2013). Den store forskjellen i hvordan industrien kommuniserer med offentligheten og det «lukkede» markedet, kan oppfattes som et troverdighetsproblem ettersom det muligens går noe på akkord med industriens, så vel som politikernes, uttalte ønske om økt åpenhet og debatt.

## 6.4 Utenrikspolitisk valuta

Det var tilsynelatende ikke sterk vilje i verken Stoltenberg I- eller Stoltenberg II-regjeringen om å bygge ned våpenindustrien eller eksporten. Sjansene er heller ikke store for at det vil bli omfattende endringer med den nye Solberg-regjeringen, med bakgrunn i den brede utenrikspolitiske «konsensus-stemningen» jeg har skrevet om tidligere. Samtidig er ønsket om at Norge skal fortsette å fremstå som en fredsnasjon, sterkt formet og preget av ulike agendaer. Thune og Lunde (2013) mener det er få andre steder i verden hvor *det moralske gode* er et like høyt verdsatt mål som i norsk utenrikspolitikk, tvers gjennom hele det politiske spekteret fra høyre til venstre. De hevder at det ypperste målet, og den største politiske æren, for de fleste norske utenrikspolitikere – i likhet med folk flest – er ikke å se et Norge som er best til å ta vare på seg selv og egne interesser, men et Norge som skaper fred, tar ansvar for internasjonalt samarbeid, eller får i stand en fredsavtale et sted langt unna (Thune og Lunde 2013, s. 143).

I 1992 publiserte Keith Krause boka «Arms and the State: Patterns of Military Production and Trade» her skriver han at den globale eksporten av militært materiell og produksjon er et system som ikke kan bli analysert uten hensyn til økonomiske termer, og at «jakten på makten» for stater er et viktig element som er helt essensielt for å forklare utviklingen av systemet. Han presenterer også en spådom for fremtiden: Dersom militært materiell blir produsert, kjøpt og solgt som enkeltdeler, ville man kunne forvente en fremvekst av en internasjonal arbeidsdeling basert på diffusjon av teknologi, stordriftsfordeler og komparative fortrinn (Krause 1992, s. 213-214). Dette er i økende grad virkeligheten for stadig større grad av den norske våpeneksporten. Der Nammo og Kongsberg Gruppen fremstår som et komparativt fortrinn, som spesialiserte høyt teknologiske kunnskapskjerner. En ser vekst i antall samarbeidsprosjekter, der ulike lands aktører bidrar med de delene de er overlegne på å utvikle, for at våpenet til slutt blir satt sammen i et annet land. «Våpeneksport og produksjon kan ikke forstås utenfor historisk kontekst eller strukturen i verdenspolitikken, og må sees

---

<sup>20</sup> Våpenindustriens internasjonale kvalitetsstempel, etterspørres ved kjøp og salg (Lie og Mikalsen 2012, s. 15)

som en del av et større nett av økonomiske, diplomatiske og sosio-kulturelle interaksjoner mellom svake og sterke stater» (Krause 1992, s. 215). Dette gjelder også for Norge, hvor våpenproduksjon og handel fremstår som en del av et maktperspektiv i utenrikspolitikken. Utenrikspolitikk er blitt reservert for projisering av en stats makt til å forme både det regionale og globale miljøet, med hensyn til andre staters oppførsel og hvordan de sympatiserer med sikkerhet, økonomiske interesser og politiske verdier. Overføring av våpen og militær teknologi er en form for makt i disse domenene (Kolodziej 1987, s.301).

Våpenhandel og dermed også industrien som produserer varene, har fått en kritisk politisk og økonomisk betydning for den norske stat og norske bedrifter i etterkrigstiden. Det kan tilsynelatende virke som at stater bruker våpensalg som «valuta for utenrikspolitikk», mens bedriftene bruker salget til å oppnå stordriftsfordeler i produksjon og for å diversifisere<sup>21</sup> bort fra avhengigheten av hjemmemarkedet. Samtidig har den offentlige debatten om våpensalg økt fordi fordelene med våpensalg fra et internasjonalt sikkerhets- og stabilitetsspektiv blir mer tvilsomme (Kapstein 1992, s. 141-142). Etter denne analysen og fordypningen, sitter jeg igjen med en forståelse av at våpenindustrien og eksporten er et politisk og økonomisk næringsvirkemiddel som gjør seg gjeldende som utenrikspolitisk kapital i det globale forsvars- og sikkerhetspolitiske aspektet. Her ønsker et samlet norsk Storting, på lik linje med andre stater, å være representert og gjøre seg gjeldende. Det uten at politikere og industri mener at dette går på akkord med norsk omdømme som fredsnasjon, eller det genuine norske ønsket om å bidra til en bedre verden for krigsrammede mennesker.

## 6.5 Konklusjon

Argumentene som oppgaven har belyst, brukes av ulike grupper med forskjellige ståsteder, ambisjoner og mål, i en debatt som er av samfunnsøkonomisk, humanitær og sikkerhetspolitisk betydning. Oppgaven har besvart en tredelt problemstilling. Jeg har analysert, identifisert og rekonstruert tre tolkningsrammer som våpenindustrien, representert av Nammo og Kongsberg Gruppen, benytter seg av. Så har jeg lansert en konkurrerende ramme som Norges Fredslag og Changemaker forfekter. De motstridende tolkningsrammene som forsvarer ulike virkelighetsoppfattelser brynes, mot hverandre i media, hvor de kjemper

---

<sup>21</sup> Utvide sitt interessefelt (i forretningsdrift), skaffe seg nye markeder. (Store norske leksikon 2013, lest 26.10.2013)



om forståelse og aksept hos lesere og politikere. Med bakgrunn i denne rammekonkurransen har jeg identifisert i hvilken grad tolkningsrammene oppnår politiske gehør.

I analysen har jeg sett på aktørenes konstruksjon av tolkningsrammer ved bruk av troper, eksempler, slagord og skildringer. De utgjør til sammen de språklige verktøyene i kjernerammen. I tillegg er tolkningsrammer også satt sammen av en kjerneposisjon som indikeres i aktørens årsaksanalyse, konsekvensanalyse og appell til prinsipper (Gamson og Lasch 1983, Ihlen 2007). Nammo og Kongsberg Gruppen omtales oftest innenfor eventyr-rammen. Budskapet innenfor denne rammen er at industrien skaper mange viktige arbeidsplasser i distriktene, de lager «state of the art»-produkter og klarer mot alle odds å vinne kontrakter i et marked der konkurrentene ofte virker «større og sterkere». Når industrien møter kritikk eller noen stiller spørsmål ved deres aktivitet, forsvare de egen legitimitet ved å ta i bruk retorikk fra juss-rammen, som forteller at industrien følger verdens strengeste regelverk. Bak regelverket står et samlet Storting. Våpenindustrien presiserer at det ikke er de som lager lover, de overholder dem. Ofte supplerer talspersoner for industrien sitt budskap fra eventyr-rammen med forsvars-rammen. Hovedbudskapet i forsvarsrammens er at det er viktig å huske på at industrien rustet Norges og våre alliertes forsvar, slik at vi kan skape en sikrere og tryggere fremtid. Industriens rammer stiller industrien i et hensiktsmessig perspektiv, og de fronter alle en virkelighetsoppfatning som bidrar til legitimering av, og forståelse for, industriens eksistens og vekst.

Fredsaktivister i Changemaker og Fredslaget representerer et perspektiv som står i sterk kontrast til det industrien fronter. De kommuniserer under uansvarlighetsrammen. Denne rammens hovedbudskap er at industrien ikke tar det ansvaret de burde i forhold til å kontrollere hvor våpen og våpendeler fra Norge faktisk ender opp. De mener industrien tjener penger på våpenkappløp og krig, og at dette er svært umoralsk. I tillegg mener de at industrien konstant legitimerer seg, og på denne måten slipper å ta ansvar ved å henvise til at de følger norsk eksportlov. En lov aktivistene flere ganger har påvist ikke rammer slik den burde, men har gråsoner og smutthull som industrien utnytter.

Avisene i utvalget har ulike agendaer og markedsposisjoner. Dette speiles tydelig i hvordan avisene dekker saken, hvem som får snakke og hvordan nyheten vinkles. Aktivistene slipper oftest til i Ny Tid og Dagsavisen med en humanitær vinkling, hvor menneskeverd og demokratiske verdier står i sentrum. Våpenindustrien, på den andre siden, oppnår mye dekning i Dagens Næringsliv og i sine respektive lokalaviser, hvor eventyr-rammen med økonomiske verdier, arbeidsplasser og store kontrakter omtales.

Alle rammene identifisert i denne oppgaven, spiller på mekanismer som har sitt utspring i generiske medierammer, og alle inneholder mer eller mindre grad av journalistiske kriterier. Både våpenindustrien og fredsaktivistene oppnår politisk gehør for sine rammer, men industrien i et helt annet omfang enn aktivistene. Ved at politikere i sentrale utenriks- og forsvarsposisjoner bruker omtrent de samme argumenter som industrien, og mange aviser lar disse rammene stå uimotsagte, oppnår disse argumentene posisjon som rådende diskurs i norsk politisk samfunnsliv. Tolkingsrammene er uttrykk for makt når de oppfattes naturlige, og de oppnår status som en del av vår kulturelle reservoar for å tenke på og kommunisere om temaet (Carragee og Roefs 2004, Gamson og Modigliani 1989, Reese 2001, Van Gorp 2007).

Grunnen til at myndigheter tilrettelegger og ønsker å ha en eksporterende og høyteknologisk våpenindustri, synes å ha en sammenheng med behovet og ønsket om å oppnå og opprettholde en form for «utenrikspolitisk kapital» de ikke vil være foruten. Dette trumfer tilsynelatende fredsaktivistenes ønske om økt ansvarlighet og strengere kontroll.

Identifiseringen og rekonstruksjonen av rammerepertoaret byr på noen muligheter. Det avler ny innsikt i dekingen av denne samfunnsrelevante problemstillingen i nyhetene. Repertoaret byr på alternative perspektiver, som i sin tur kan brukes til å overbevise journalister om at måten de skriver om en sak eller hendelse på, ikke foreslås av hendelsen eller saken i seg selv, men oppstår som et resultat av journalistens valg. Det pluralistiske rammerepertoaret i denne oppgaven innebærer bredere aspekter av hvordan aktører forstår problemer eller hendelser. Ved å omdefinere vilkårene i debatten kan journalister, kommunikatører, politikere, aktivistgrupper og forskere bidra konstruktivt til folks forståelse av norsk våpenindustri- og eksports kompleksitet. Folk krever forklaringer på hvorfor ting skjer, blant annet fordi de ønsker å ha kontroll over omgivelsene sine. Rammer kan bidra til å fylle det behovet (Van Gorp 2010, s. 104).

Denne oppgaven har tilrettelagt for et overblikk på tolkningsrammer som finnes i omtalen omkring norsk produksjon- og eksport av våpen og våpenmateriell. Tolkingsrammebegrepet har i denne oppgaven tjent som både teoretisk bakgrunn og som utgangspunkt for analyse. Det er fordi tolkningsrammer fremstår som en hensiktsmessig metode for å skape dyp forståelse av hvordan strategisk kommunikasjon kan fremstå, og opptre i avisers deking av en sak.

Likevel har den metodiske fremgangsmåten sine begrensninger. For eksempel innebar utvelgelsen av tema, begreper og interesser en elimineringsprosess, hvor kun dem jeg oppfattet som mest fremtredende, ble tatt med. På den måten fikk jeg diskutert sentrale sider

ved industriens tolkningsrammer og deres konkurrerende ramme, lansert av aktivistene. Men det er ikke utenkelig at nyanser kan ha gått tapt.

Valget jeg gjorde i forbindelse med hvilke aviser jeg hentet datamateriale fra, har også satt sitt preg på resultatet. En innsnevring var nødvendig, ettersom en masteroppgave byr på tids- og størrelsesbegrensninger. Samtidig kunne jeg begrenset i enda større grad for å oppnå en enda dypere analyse, ved å ta i bruk et snevrere material. Mitt mål har imidlertid vært å fange kompleksiteten og de forskjellige argumentene i debatten. Til det synes tolkningsrammer å være et meget gunstig instrument for å gi en åpen tilnærming. Med åpen tilnærming mener jeg at oppgaven har klart å fange nyanser og peke på skiller mellom aktørene og deres forhold til debatten. Det er ikke riktig å se på oppgaven som en komplett kartlegging av våpenindustriens kommunikasjon; snarere som et bidrag til å utvide forståelse og oppnå innsikt i en kompleks og sammensatt samfunnsdebatt, og hva som virker å være rådende politisk samfunnsdiskurs i Norge i dag.

Tatt i betraktning at denne oppgaven har kartlagt en sak som tidvis kan være komplisert fordi den involverer etikk, humanitære hensyn og moral, har den opplyst om aspekter som kan være interessante utgangspunkt for videre forskning.

Ettersom jeg bruker tolkningsrammeanalyse, kan oppgaven bidra med ytterligere et perspektiv og eksempel på metoden. I videre forskning kunne det for eksempel vært interessant å se på forskjell i kommunikasjon mellom Nammo og Kongsberg Gruppen. Det ville selvsagt også vært interessant å trekke kvalitativ metode inn i undersøkelsen av datamaterialet, for på denne måten i større grad å tallfeste grad av gjennomslag for hver spesifikke ramme. Det kunne vært aktuelt å inkludere andre medieplattformer og kilder for innhenting av datamateriale.

Opgaven kan også bygges videre på ved for eksempel å fokusere på det politiske aspektet, der det ville være interessant å se på myndighetenes kommunikasjon overfor befolkningen, og hvorvidt det er myndighetene som har skapt industriens tolkningsrammer i utgangspunktet. En analyse tilbake i tid kan for eksempel si noe om tolkningsrammenes opprinnelse, om det i utgangspunktet var industrien eller politikere som først konstruerte budskapet. Det ville gitt svar omkring rammenes kausalitet. Alternativt kan en gjøre komparative studier hvor en sammenligner kommunikasjon og åpenhet med andre lands produksjon av forsvarsmateriell- og eksport, for på den måten å få et internasjonalt perspektiv. Kommunikasjonsmessig kan det også være både spennende og givende å utdype hvordan våpenindustrien jobber med omdømme, både nasjonalt og internasjonalt.



# Litteraturliste

- Allern, Sigurd (1996). *Kildenes makt. Ytringsfrihetens politiske økonomi*. Pax Forlag A/S, Oslo, 2.utgave.
- Allern, Sigurd (2001a). *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Allern, Sigurd (2001b). «Kildene og mediemakten». I: Til dagsorden! Jouranlistikk, makt og demokrati Eide, Martid (red). Oslo: Gyldendal Akademiske
- Allern, Sigurd og Ihlen, Øyvind (2008). "This Is the Issue: Framing Contents and Media Coverage". I: Stömbäck, J., Ørsten, M. og Aalberg, T. (red.): *Communicating Politics. Political Communication in the Nordic Countries*. Göteborg: Nordicom.
- Beyer, Audun (2010). *Hvordan studere generiske tolkningsrammer? –Forslag til metodiske forbedringer*, i Norsk medietidsskrift, 2, s. 163-178.
- Borah, Porismita (2011). Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature. *Journal of Communication*, 61, s. 246-263.
- Carragee K.M. og W Roefs (2004). The neglect of power in Recent framing research. *Journal of communication*, volume 54, (2) s. 214-233
- Creed, W.E. Douglas, Langstraat, Jeffrey A. og Scully, Maureen A. (2002). *A Picture of the Frame: Frame Analysis as Technique and as Politics*. Organizational Research Methods, Vol. 5 No 1, Sage Publications
- D'Angelo, Paul (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), s. 870-888.
- D'Angelo, Paul og Kuypers, Jim A. (2010). *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.
- Dahlgren, Peter and Sparks, Colin (1991). *Communication and citizenship, Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London: Routledge
- Dan, Viorela og Ihlen, Øyvind (2011). Framing expertise: a cross-cultural analysis of success in framing contests. *Journal of Communication Management*. Vol. 15. (4) s. 368-388.
- de Vreese, Claes H. (2003). *Framing Europe. Television news and European integration*. Amsterdam: Aksant Academic Publishers
- de Vreese, Claes. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 51-62.
- Eger, Per H.J. (2009). *Rett til Himmels – Et Industrieventyr på Raufoss*. Gjøvik: Alfa Forlag

- Eide, Martin og Hernes, Gudmund (1987). *Død og pine! Om massemedia og helsepolitikk*. Fagbevegelsens senter for forskning, utbedring og dokumentasjon. Oslo, FAFO.
- Eisenhower, Dwight D. (1961). «*Military-Industrial Complex Speech*», *Public Papers of the Presidents*, Dwight D. Eisenhower: 1035-40
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, Robert (2004). *Projections of power. Framing news, public opinion and U.S. foreign policy*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Eriksen, Anders R. (2005). *Replikk til Urszula Srebrowskas artikkel «ATEKST kan lede på villspor»*. I Norske medietidsskrift (1) s. 45-47.
- Feinstein, Andrew (2012). *The Shadow World – Inside the Global Arms Trade*. New York: Picador
- Gamson, William A. og Lasch, Kathryn E. (1983). *The political culture of social welfare policy*. I: Spiro, Shimon E. og Yuchtman-Yaar, Ephraim (red.): Evaluating the welfare state: Social and political perspectives. New York: Academic Press.
- Gamson, William A. og Modigliani, Andre (1989): Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach, i *American Journal of Sociology*, 95, (1), s.1-37.
- Gansler, Jacques S. (1980). *The Defense Industry*. Cambridge, Mass.: MIT Press
- Garland, David (2008). *On the concept of moral panic*. *Crime, Media and Culture*, 4(1), s. 9-30.
- Gentikow, Barbara (2005). *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Goffman, Erving (1986). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston, MA: Northern University Press.
- Grønmo, Sigmund (2007). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Hallahan, Kirk (1999). Seven models of framing: implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 11 (3), s. 205-242.
- Hallahan, Kirk (2008). *Strategic Framing*, in Donsbach, W. The International Encyclopedia of Communication, Blackwell Publishing Oxford.
- Hertog, James K. og McLeod, Douglas M. (2001). *A multiperspectival Approach to Framing Analysis: A Field Guide*. i Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H. Jr., Grant, August E.

Framing Public Life, Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah, New Jersey

Hågvar, Yngve Benestad (2007). *Å forstå avisa. En innføring i praktisk presseanalyse*. Fagbokforlaget

Ihlen, Øyvind (2001). *Miljømakt og journalistikk: retorikk og regi*. (s. 304-328) i «Til dagsorden!: Journalistikk, makt og demokrat. Martin Eide (red). Oslo, Gyldendal Akademiske

Ihlen, Øyvind (2007). *Petroleumsparadiset – Norsk oljeindustri strategiske kommunikasjon og omdømmebygging*. Unipub.

Ihlen, Øyvind og Nitz, Mike (2008). Framing contests in environmental disputes: Paying attention to media and cultural master frames. *International Journal of Strategic Communication*, 2(1), s. 1-18.

Ihlen, Øyvind og Robstad, Per (2004). *Informasjon og samfunnskontakt. Perspektiver og praksis*. Bergen: Fagbokforlaget

Ihlen, Øyvind og van Ruler, Betteke (2007). *How public relations works: Theoretical roots and public relations perspectives*. Public Relations Review 33. S. 243-248.

Kapstein, Ethan Barnaby (1992). *The Political Economy of National Security. A Global Perspective*. McGraw-Hill, Inc.

Kepplinger, Hans M. et al. (2012). Framing Scandals: Cognitive and Emotional Media Effects. *Journal of Communication*, 62, s. 659-681.

Kolodziej, Edward A. (1987). *Making and Marketing Arms – The French Experience and Its Implications for the International System*. Princeton University Press

Krause, Keith (1992). *Arms and the State: Patterns of Military Production and Trade*. Cambridge University Press

Kvale, Steinar og Brinkmann, Svend (2009). *Interviews. Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks: Sage

Kypers, Jim A. (2010). *Framing Analysis from a Rhetorical Perspective*. (s. 286-311). I D'Angelo, Paul og Kuypers, Jim A. (red.), *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.

Lie, Tove og Mikalsen, Øystein (2012). *Fredsnasjonens grenseløse våpenhandel*. Aschehough, Oslo

Matthes, Jörg (2009). What's a frame? A content analysis of media-framing studies in the world's leading communication journals, 1990–2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(2), s. 349-367.

- Matthes, Jörg, og Kohring, Matthias. (2008). The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication*, 58, 258-279.
- Miller-Jones, Edward R. (Ed.) (2010). *International Arms Industry – Worlds biggest weapon manufacturers*. Fastbook Publishing
- Molotch, Harvey & Lester, Marilyn (1974). News as purposive behavior: on the strategic use of routine events, accidents and scandals, *American Sociological Review*, vol 39, February
- Neuendorf, Kimberly A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Chicago: Sage.
- Nisbet, Matthew C. (2010). *Knowledge Into Action: Framing the Debates Over Climate Change and Poverty*. (s. 43-83). I: D'Angelo, Paul og Kuypers, Jim A. (red.), *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.
- Noreng, Øystein (2007). *USAs politikk ovenfor Midtøsten – drivkrefter og virkninger* s. 61-90. (1) 65- årgang, Norsk Utenrikspolitisk Institutt.
- Pan, Zhongdang og Kosicki, Gerald M. (2001). *Framing as a Strategic Action in Public Deliberation*. ( s. 35-66). I Reese, Stephen D., Oscar H. Gandy, and August E. Grant. *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, N.J. : Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- Pavlik, John V. (2001). *News Framing and New Media: Digital Tools to Re-engage an Alienated Citizenry* (s. 311-322). I Reese, Stephen D., Oscar H. Gandy, and August E. Grant. *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, N.J. : Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- Reese, Stephen D. (2010). *Finding Frames in a Web of Culture: The Case of the War on terror*. (s.17-42). I D'Angelo, Paul og Kuypers, Jim A. (red.), *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.
- Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H. Jr., Grant, August E. (2001). *Framing Public Life, Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah, New Jersey.
- Reiten, Kristin (2007). *Nytt norsk oljeeventyr i Angola – en rammeanalyse av medienes dekning av Statoils engasjement i Angola i perioden 1997-2002*. Universitetet i Oslo.
- Ryan, Charlotte (1991). *Prime time activism: Media strategies for grassroot organizing*. Boston: South End.
- Scheufele, Bertram T. og Scheufele, Dietram A. (2010). *Of Spreading Activation, Applicability, and Schemas: Conceptual Distinctions and Their Operational Implications for Measuring Frames and Framing Effects*. (s. 110-134). I: D'Angelo,



- Paul og Kuypers, Jim A. (red.), *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.
- Semetko, Holli. A. og Valkenburg, Patti. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news, i *Journal of Communication*, 50, s. 93-109.
- Tankard, Jr. James W. (2001). *The Empirical Approach to the Study of Media Framing*. (s. 95-106). I Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H. Jr., Grant, August E. (2001): "Framing Public Life, Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World" Mahwah, N.J. : Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- Thomas, R. J. (1995). *Interviewing Important People in Big Companies*. (s. 3-17). I Hertz, Rosanna og Imber, Jonathan B. (red.), *Studying Elites Using Qualitative Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Thune, Henrik og Leiv Lunde (2013). *Hva Norge kan være i Verden*. Cappelen Damm, Oslo.
- Tønnesen, Johan L (red.2002). *Den flerstemmige sakprosaen*. Bergen: LNU/Fagbokforlaget.
- Van Gorp, Baldwin (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In, i *European Journal of Communication*, 21, s. 60-78.
- Van Gorp, Baldwin (2010). *Strategies to Take Subjectivity Out of Framing Analysis*, (s. 84-109) i: D'Angelo , Paul og Kuypers, Jim A. (red.), *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.
- Waldahl, Ragnar. (2008). *Mediepåvirkning*, Gyldendal, Oslo.
- Yin, Robert K. (2009): *Case study research. Design and methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Zald, M.N. (1996): *Culture, ideology, and strategic framing*. In D. McAdam, J. D. McCarthy, og M.N. Zald (red), *Comparative perspectives on social movements: Political opportunities, mobilizing structures, and cultural framing* (s. 262 – 274). Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.
- Ørjasæter, J. (1982). *Våre folkeeventyr. Hva forteller de*. Landbruksforlaget.
- Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen (2007). *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Østerud, Øyvind (2007). *Statsvitenskap. Innføring i politisk analyse*. Universitetsforlaget

## Rapporter

Forsvars og sikkerhetsindustriens forening. Styrets Årsberetning 2012. Tilgjengelig her: <http://bit.ly/1euvYKN>

Harang, Alexander (2008). *Militær håndvåpenammunisjon fra Nammo: Et statlig ansvar?* Kirkens Nødhjelp 01/2008. Tilgjengelig her: <http://bit.ly/x4a3ne>

Kongsberg Gruppen Årsrapport 2012. Tilgjengelig her: <http://bit.ly/1fMBfBb>

Nammo Årsrapport 2012 . Tilgjengelig her: <http://bit.ly/1gmbO6M>

Statens Eierskapsberetning 2012. Tilgjengelig her: <http://bit.ly/IuGCpV>

Tvetbråten, Kari (2012) Forsvarsindustrien i Norge – statistikk 2011. Forsvarets forskningsinstitutt (FFI). Tilgjengelig her: <http://bit.ly/197TSYA>

Wallacher, Hilde (2010) *Norge – en krigsprofitør? Forslag til sterkere norsk sluttbrukerkontroll*. PRIO. Tilgjengelig her: <http://bit.ly/1eDFbBg>

## Stortingsmeldinger

Stortingsmelding nr. 10 (2008 -2009). Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi. Tilgjengelig her: <http://bit.ly/1b71Qky>

Stortingsmelding nr. 8 (2012-2013). Eksport av forsvarsmateriell fra Norge i 2011, eksportkontroll og internasjonalt ikke-spredningssamarbeid. Tilgjengelig her: <http://bit.ly/1euwSH1>

## Artikler

- Aftenposten (17.8.2010) «SV-skepsis til at flydeler kan havne i Israel» s. 14
- Dagens Næringsliv (20.08.2010) «Tjener stort på krig» s. 14
- Aftenposten (15.9.2010) «Skuffet over reaksjonene» s.23
- Laagendalsposten.no (29.10.2010) «Utenkelig å slutte med våpenproduksjon»
- Laagendalsposten.no (29.10.2010) «Vi følger verdens strengeste regler»
- Laagendalsposten.no (23.11.2010) «Staten kan bli med på JSM-utvikling»
- Ny Tid (7.1.2011) «Bidrar til norsk våpeneksport: skyter inn millioner» s.18-22
- Laagendalsposten.no (26.1.2011) «KOG sponser prøve-VM i skiflygning»
- Dagens Næringsliv (15.2.2011) «Statens våpendragere» s. 20
- Laagendalsposten.no (17.2.2011) «Viktige skritt mot milliardkontrakt»
- Laagendalspostens.no (21.2.2011) «Ministeren har tro på KOG i Brasil»
- Ny Tid (8.4.2011) «Eksplosiv eksport» s. 28-32
- Laagendalsposten.no (12.4.2011) «KOG får ja fra regjeringen»
- Ny Tid (6.5.2011) «Bombefly med norske våpen» s. 8 og 9
- Aftenposten (17.7.2011) «Mer industri enn noen gang» s. 8
- Dagsavisen (7.9.2011) «Ansvarlig våpenindustri?»
- Laagendalsposten.no (21.12.2011) «Salg til Sverige og Norge for 960 mill.»
- Laagendalsposten.no (3.5.2012) «Beskriver våpenproduksjon som er dilemma»
- Laagendalsposten.no (21.5.2012) «KOG leverer utstyr til droner til NATO».
- Ny Tid (8.6.2012) «På begge sider» s. 10-11
- Ny Tid (15. 6.2012) «Rydd i våpeneksporten!» s. 35
- Dagsavisen (16.6.2012) «Kan få norske missiler» s. 7
- Lagendalsposten.no (21.6.2012) «Panser for ti mrd. – KOG er med»
- Oppland Arbeiderblad (11.7.2012) «Greit å tjene penger på krig?» s. 23
- Aftenposten (1.9.2012) «Norske rakettmotorer kan ende opp i israelske missiler» s.12
- Laagendalsposten.no (7.11.2012) «Fakkeltog mot våpen»

Dagsavisen (8.11.2012) «Våpenlandet Norge» s. 4

Oppland Arbeiderblad (16.11.2012) «Neste generasjon flyammunisjon» s. 6-7

Ny Tid (7.12. 2012) «Våpeneksport til besvær» s.29.

Dagens Næringsliv (22.3.2013) «Nammo handler ammo» s.16

Laagendalsposten.no (26.4.2013) «Bruker 13 milliarder på nye kampfly»

## **Artikler fra departementene:**

Forsvarsdepartementet ( 3.7.2012) «Statssekretæren fikk besøk av Raytheon»

Tilgjengelig her: <http://bit.ly/1hhY4wQ> lest 2.7.2013

Forsvarsdepartementet (3.9.2012) «Forsvarsministeren besøkte Kongsberg Gruppen»

Tilgjengelig her: <http://bit.ly/17mGOMP> lest 2.9.2013

Forsvarsdepartementet (14.9.2012) «Bra for Norge og bra for NATO»

Tilgjengelig her: <http://bit.ly/1cct0ed> lest 2.8.2013

Forsvarsdepartementet (2.8.2013) «Aktiv politikk for norsk forsvarsindustri»

Tilgjengelig her: <http://bit.ly/IiudWk> lest 29.8.2013

# Vedlegg

**Vedlegg 1.** Eksempel på «eventyr-rammen».

## Statlige våpenselgere

DAGENS NÆRINGSLIV 24.08.2012 Side 5

Forfatter: ØYVIND FINSTAD, KONGSBERG

Kongsberg Gruppen får drahjelp av ambassadører. Den halvstatlige våpenprodusenten fikk samlet et stort korps fra utenriktjenesten og viste frem selskapets produkter igår.

To busslaster med 81 personer Ø hvorav 62 norske ambassadører Ø ankom igår Kongsberg Gruppens nye komposittfabrikk. Bedriften til ni milliard kroner er et ektefødte barn av det amerikanske jagerflyet F-35 som det produserer deler til.

- Det utvidede salgskorpset er her hos oss, sa konserndirektør Harald Ånnestad i Kongsberg Defence Systems da han tok mikrofonen for å presentere divisjonen og dets produkter.

Før han tok ordet understreket konsernsjef Walter Qvam at Kongsberg er teknologihovedstaden i Norge og at det er viktig å ta være på arbeidsplassene.

- For å lykkes må vi være dyktige og aktive internasjonalt, ha topp kompetanse og ha støtte av team Norge, sa Qvam og henviste til samarbeidet med blant annet ambassadene.

Han presiserte også at 85 prosent av konsernets omsetning kommer utenfor landets grenser.

- Bare USA og Canada står for 40 prosent av vår omsetning.

Og den andelen vil ikke umiddelbart bli redusert etter at US Army i helgen inngikk en avtale med Kongsberg Gruppen om kjøp av våpenstyringssystemet Crows for 5,7 milliarder kroner.

"Vi trenger dere"

Ånnestad la ikke skjul på at flere av kontraktene selskapet har fått på forsvarssiden skyldes blant annet god støtte fra ambassadørene.

- Vi trenger dere og er helt avhengig av dere.

Han viste til at selskapet nylig har solgt missiler til Tyrkia, Brasil og Polen.

- Og nå har vi fått tilpasset raketten til F-35, som kan gi håp om at land som kjøper flyene også installerer ekstraustyret fra Kongsberg.

Ånnestad la heller ikke skjul på at konsernet god støtte fra blant annet den norske ambassaden

i Washington for å få raketten integrert i F-35.

- Og i USA møter vi flere lobbyister enn det vi har av ingeniører.

I Finland har Kongsberg de siste årene inngått luftvernkontrakter på 3,5 milliarder kroner. Den norske ambassadøren i Finland, Jørg Willy Bronebakk, opplyste at finske myndigheter mener de har fått det beste produktet de kunne ha fått.

- I Finland oppdaget vi at de ikke visste hvem vi var, fremholdt Ånnestad og understrekte at de nesten alltid kjemper mot noen som er større, eksempelvis forsvarsgiganten EADS med 120.000 ansatte.

Den norske ambassadøren i Polen, Enok Nygaard, opplyste at det var kontaktplan på myndighetsnivå i forbindelse med missilkontrakten Kongsberg Gruppen fikk på 1,5 milliarder kroner.

- Det ble drøftet blant annet bilaterale forhold.

Utenriksdepartementets "reiseleder", avdelingsleder Sten Anders Berge, takket for seansen.

- Kongsberg stiller alltid opp for oss, og vi stiller alltid opp for dere, fremholdt Berge.

# Skuffet over reaksjonene

Reaksjonene var sterke fra organisasjoner og enkeltpersoner etter at Norges Idrettsforbund og Norges Skiforbund inngikk sponsoravtale for hoppjentene med våpenprodusenten Nammo. Raufossbedriften er skuffet over alt det negative snakket.

ALEXANDER CARLSEN STRANDE

– Vi har ikke fått andre reaksjoner enn det vi har lest i media, men det er litt skuffende at ikke det positive i saken kommer frem – at noen faktisk går inn og støtter jentene, sier informasjonssjef i Nammo, Sissel Solum til Aftenposten.

Kirkens Nødhjelps ungdomsorganisasjon Changemaker var blant dem som reagerte sterkest på avtalen og betegnet noen av Nammos produkter som «grusomme våpen» brukt i Irak-krigen.

**I konfliktområder.** – Vi kan forstå at de som ikke nødvendigvis er for et forsvar og en forsvarsindustri reagerer, men vi er eid av den norske stat og opererer i henhold til norske regler og eksportregelverk, sier Solum.

– Hva tenker dere om beskyldningene som rettes mot Nammo og deres produkter?

## Energidrikk: Etisk uheldig Våpenprodusent: Helt i orden



Aftenposten skrev lørdag om hoppjentenes omstridte sponsoravtale.

– Vi lager ammunisjon og da er det klart at når vi selger til det norske forsvaret og Norges allierte, må man regne med at produktene brukes i konfliktområder, sier Solum.

– Men likevel er det greit at dette assosieres med idretten?

– Vi selger ikke noe mer til våre kunder ved å sponse idretten. Vi er en etisk bedrift og gjør dette for å bygge opp en internkultur i bedriften der vi har fokus på helse og jenter og prestasjon. Vi har sponset idretten lokalt og regionalt, og nå ønsker vi å gå nasjonalt.

– Så dere har ikke vurdert å trekke dere fra avtalen etter reaksjonene?

– Nei, vi er stolte av avtalen og ønsker at hoppjentene skal få mulighet til å utøve sporten sin med flere sponsorer og synes de skal få konsentrere seg om å bli gode på ski frem til, forhåpentligvis da, OL i Sotsji.

alex@ap.no

**Vedlegg 3.** Eksempel på «forsvarsrammen».

## **KOG leverer utstyr til droner til NATO**

LAAGENDALSPOSTEN 21.05.2012 11:58 (Oppdatert: 21.05.2012 12:16)

Forfatter: brita sørum

Kontrakten er signert under det store toppmøtet i NATO i Chicago. Kontrakten er inngått med Northrop Grumman ISS International Inc for utvikling av software i NATOs Alliance Ground Surveillance (AGS) program.

- Vi er meget godt fornøyde med å ha vunnet denne kontrakten, og være en sentral bidragsyter til denne nye NATO kapasiteten, sier administrerende direktør Harald Ånnestad i Kongsberg Defence Systems i en pressemelding fra bedriften.

OGSÅ: Kongen så KOGs system i Polen

Han sier at Kongsberg Gruppen fra før er leverandør til NATOs AWACS program og for selskapet betyr dette at deres medvirkning i store NATO programmer blir styrket. - Denne kontrakten vil gi spennende utviklingsoppgaver av helt nye løsninger innen software og algoritmer. Teknologien vi skal ta fram er spennende og fremoverrettet og vil kunne brukes på andre områder i forsvars- og sikkerhets sammenheng, sier Eirik Lie, direktør i Kongsberg Defence Systems.

KOG utvikle løsninger for lagring, søking og opphenting av avansert sensordata fra RQ-4 Global Hawk. Kontrakten strekker seg over de neste 3,5 årene. NATO går til innkjøp av droner av typen RQ-4 Global Hawk Unmanned Aerial Vehicles (UAVs) for bakke- og sjøovervåking. Den totale industrideltakelsen i programmet vil bli koordinert av ledende forsvarsindustrier i de 13 deltakende NATO AGS nasjonene. Kontrakten innebærer innkjøp av 5 stk. RQ-4 Global Hawk med tilhørende bakkesystemer.



**Vedlegg 4.** Eksempel på «uansvarlighetsrammen».

## **Ansvarlig våpenindustri?**

DAGSAVISEN 07.09.2011 Side 4 - Seksjon: MENINGER - Del: 1

Forfatter: ALEXANDER HARANG KRONIKK Informasjonssjef i Norges Fredslag, ERIK HAGEN Daglig leder Støttekomiteen for Vest-Sahara

**VÅPENEKSPORT:** Samfunnsansvar handler om mer enn å bare følge loven. Norske våpeneksportører er i utakt med det øvrige norske næringslivet i forståelsen av sin rolle som samfunnsaktører.

En rapport fra Norges Fredslag i sommer viser hvordan norsk våpeneksport nærer opp under halsbrekkende rustningskappløp mellom udemokratiske regimer i sør. Et mylder av private og halvstatlige våpenbedrifter gjør Norge til en betydelig internasjonal aktør på krigsmateriellmarkedet.

Ett av funnene i rapporten er at den statlige ammunisjonsprodusenten Nammo har bidratt til å utvikle et kontroversielt fransk sjømissil. Våpenet er kjøpt inn av den marokkanske marinen, og skal brukes til å patruljere farvannene utenfor okkuperte Vest-Sahara. Nammo forklarer at de opererer samfunnsansvarlig og forsvarer sin leveranse med at den finner sted innenfor rammene av norsk lovverk.

Eksporten illustrerer et mye omtalt hull i norsk eksportlovgivning - og en uheldig tolkning av bedrifters samfunnsansvar. Selv om UD ikke gir lisenser for norsk våpeneksport til land i krig, er det lov å eksportere til våre nære allierte - som i sin tur reeksporterer til tredjeland. Med åpne øyne kan krigsprodukter fra Toten dermed finne veien til områder UD normalt avviser eksport til. Nammos eksport er ikke foretatt direkte til Marokko, men ble gjort via vår NATO-allierte Frankrike. Slik det fungerer i dag, er eksporten dermed fullt lovlig, til tross for at den åpenbart er hårreisende uetisk.

«Samfunnsansvar handler om bedriftens aktiviteter som går ut over å oppfylle krav som er fastlagt i nasjonalt lovverk», uttalte regjeringen i stortingsmeldingen Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi, for et par år siden. Ifølge NHO dreier samfunnsansvar seg om «hvordan verdier skapes, og hvordan næringslivet påvirker mennesker, miljø og samfunn». De nedskrevne lovene er viktige, men etikk er noe mer. Når norske bedrifter trekker utenlands, er det viktig at de kjenner samfunnene de opererer i, og er bevisst sin egen rolle, påpeker både regjeringen og NHO.

Det forventes i dag av norsk næringsliv at de ikke nøyer seg med å lojalt respektere norsk lov, men også tar med seg grunnleggende etiske standarder når de opererer ute. At land i sør ofte har et dårlig utviklet lovverk - for ikke å snakke om en fraværende håndheving av lovverket - gjør at ressurssterkt norsk næringsliv har et spesielt ansvar for å drive business på en forsvarlig måte. I enkelte stater er dessuten lovverket laget for å undertrykke, ikke for å beskytte, sine egne borgere. Da er det norsk etikk og folkeskikk som må ligge til grunn for forretningsavgjørelsene, ikke den lokale sjeikens eller juntaens rettspraksis.

Våpeneksport til Libya kan tjene som et eksempel på at man ikke kan redusere samfunnsansvar til å bli en øvelse i å oppfylle norsk lovverk. Det var åpenbart for en hel verden at Gaddafis regime og Libyas lover undertrykket den libyske befolkningen. Men undertrykkelsesapparatet var blitt delvis reist av Norges egne allierte. EUs egne redegjørelser viser at eksportlisenser for milliarder av kroner fram til nylig var blitt innvilget til europeiske våpeneksportører for eksport til Gaddafi. Selv et norsk selskap fikk så sent som i 2010 eksportere krigsmateriell til Gaddafis militære, til en verdi av 800.000 kroner. Eksporten skjedde med det norske utenriksdepartementets viten, vilje og velsignelse. Først da regimet i Libya startet å massakrere sin egen befolkning, innførte Sikkerhetsrådet strenge restriksjoner på slik eksport. Var det først den dagen FN-embargoen ble vedtatt at våpeneksporten til regimet ble uetisk? Hvis en snever tolkning av samfunnsansvar skal gjelde, betyr det at alle våpenprodusenter som solgte varer til det brutale regimet i årene før sanksjonene kunne sove godt om natten, mens selskapene som valgte å bryte lovene, ville tæres av dårlig samvittighet. Men hadde ikke våpenselskapenes Libyahandel egentlig vært like ansvarsløs hele tiden, uansett hva Sikkerhetsrådet hadde vedtatt?

En snever måte å tenke samfunnsansvar på, slik våpenbransjen utviser, er ikke i samsvar med de kravene andre bransjer stiller til seg selv. Man trenger ikke lover for å erkjenne at man ikke skal selge våpen til en despot. Og selv om norsk lov ikke forbyr selskaper å involvere seg i internasjonale konflikter, er det ikke rett å gjøre det. Nammo ville aldri fått lov av norsk UD til å eksportere våpenkomponenter direkte til Marokko. UD har i lang tid avvist slike eksportsøknader, og ikke uten grunn. Marokko okkuperer sitt naboland i sør, i strid med folkeretten. Mer enn 100 FN-resolusjoner krever at Vest-Saharas folk skal få innfridd sin rett til selvbestemmelse, mens de marokkanske kravene på territoriet er blitt avvist av Den internasjonale domstolen i Haag. Det er av hensyn til de folkerettslige aspekter ved konflikten at UD fraråder norske engasjementer i Vest-Sahara. Andre land, som Frankrike, har en helt annen politikk. Frankrike er Marokkos nærmeste allierte, og en viktig partner for Marokkos våpenhamstring. Hvert år legger Frankrike ned veto i Sikkerhetsrådet mot at FN skal arbeide for menneskerettigheter i Vest-Sahara.

Å lene seg til hva som måtte være norsk eller fransk lovgivning, er en dårlig unnskyldning fra en norsk våpeneksportør. Å bidra til at okkupasjonsmakten Marokko skaffer seg sjømissiler, er galt. «Hva om en konfliktsituasjon forverres eller en stor gruppe lider menneskelige tap som konsekvens av bedriftens mål om lønnsomhet? Da blir det vanskelig å forsvare virksomheten». Det skriver NHO i en håndbok om næringsliv i konfliktområder. Mange norske bedrifter har innsett dette, og svært få selskaper beveger seg inn i områder i konflikt. Men våpenindustrien lukker øynene.

Norske fredsorganisasjoner har i lang tid bedt om et norsk lovverk som forhindrer at norsk krigsmateriell finner veien til krigsområder via våre nærmeste allierte. Mens vi venter, mener vi at våpenbransjen selv må ta ansvar og stoppe sin støtte til despoter og folkerettsstridige okkupasjoner.

«Da er det norsk etikk og folkeskikk som må ligge til grunn for forretningsavgjørelsene, ikke den lokale sjeikens eller juntaens rettspraksis.»